

# **BAHASA ASING DALAM TEKS PAPAN NAMA USAHA DI MAGELANG**

**Oleh:**

**Hari Wahyono  
(FKIP – UTM)**

## **ABSTRACT**

*Billboards in Magelang regency varied a lot in the usage of the language. Improper usage of Indonesian language indicated there. The research was carried out based on the variation which cause the improper used of the language.*

*The problem discussed in this research dealt with the background of foreign language used in Billboards. The research describes the kinds of foreign language used and reveal the background factor. The source of the data is the owner of the Billboards. The method used in this research is interviewing the owner and by listening, recording. Method and the language data analysis technique used here is Normative Method and Split Method. Metode padan and PUP (split method) is a method and a non-language data analysis.*

*Based on the data analysis, the language used in Billboards are Indonesian, Javanese and English. There are 18 backgrounds or reasons of foreign language use and 6 kinds of vocabulary variations.*

**Key word: Billborad, language, background, variations**

## **A. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bahasa merupakan sarana yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Bahasa dan masyarakat adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Tidak mungkin ada bahasa tanpa masyarakat, demikian juga masyarakat tidak akan dapat saling berkomunikasi tanpa bahasa (Badudu 1989: 3).

Untuk menyampaikan maksud, pikiran, dan perasaan kepada orang lain, dapat dilakukan dengan menggunakan suatu sarana, yaitu bahasa. Bahasa yang dipakai dalam komunikasi adalah bahasa yang saling diketahui, dipahami, dan saling diterima. Dengan menggunakan bahasa yang sudah saling diketahui, dipahami, dan diterima, komunikasi antar individu dapat berjalan baik.

Para pengusaha menyampaikan informasi kepada khalayak mengenai jenis usaha, nama usaha, macam usaha, menggunakan bahasa. Ragam bahasa yang dipakai oleh pengusaha apabila ditinjau dari media yang digunakan adalah ragam bahasa lisan dan tulis.

Membicarakan ragam bahasa, menurut Sugono (1994), ada tiga kriteria penting yang harus diperhatikan. Ketiga kriteria itu adalah (1) media yang digunakan, (2) latar belakang penutur, dan (3) pokok persoalan yang dibicarakan. Berdasarkan media yang digunakan, ragam bahasa dapat dibedakan atas ragam lisan dan tulis. Dilihat dari segi penutur, ragam bahasa dapat dibedakan menjadi (1) ragam daerah, (2) ragam bahasa terpelajar, (3) ragam bahasa resmi, dan (4) ragam bahasa tidak resmi. Berdasarkan pokok persoalan yang



dibicarakan, ragam bahasa dapat dibedakan atas bidang-bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, misalnya, ragam bahasa ilmu, ragam bahasa hukum, ragam bahasa niaga, ragam bahasa sastra.

Informasi yang disampaikan menggunakan ragam lisan, jika informasi itu diformulasi dalam bentuk wicara. Dalam hal ini, informasi dapat melibatkan indra pendengaran. Sarana yang melibatkan indra pendengaran dinamakan sarana audio. Televisi merupakan sarana audio-visual, karena informasi yang disampaikan melibatkan indra pendengaran dan indra penglihatan.

Ragam tulis yang dipakai untuk menyampaikan informasi yang melibatkan indra penglihatan adalah tulisan. Sarana yang dipakai untuk mengungkapkan informasi usaha secara tulis adalah media cetak. Surat kabar, majalah, tabloid, leaflet, merupakan macam-macam media cetak. Sarana tulis selain media cetak yang dipakai untuk menginformasikan suatu usaha adalah papan nama. Papan nama banyak dipandang sebagai sarana informasi tulis yang praktis dan ekonomis. Dikatakan praktis ekonomis karena sekali dibuat, dapat dipakai dalam kurun waktu yang lebih lama.

Papan nama merupakan sarana penyampai informasi usaha yang sangat penting. Penyampaian informasi jenis, nama, dan macam usaha melalui papan nama, memudahkan masyarakat mengetahui usaha tersebut. Lemahnya informasi dapat mengakibatkan suatu usaha tidak berkembang, bahkan usaha yang dilaksanakan bisa bangkrut.

Papan nama yang telah bertuliskan jenis usaha, nama usaha, dan macam usaha, ditulis dengan tulisan yang indah, dengan komposisi warna tulisan yang menawan, dapat menarik perhatian pembaca.

Pengusaha memasang papan nama ditempat yang strategis. Tujuan pemasangan di tempat yang strategis adalah agar informasi tersebut mudah dilihat dan dibaca oleh masyarakat. Masyarakat yang telah membaca teks papan nama usaha (TPNU) tersebut diharapkan tertarik untuk mengenal lebih dekat mengenai usahanya. Ketertarikan masyarakat pada usaha yang digeluti oleh seorang pengusaha, diharapkan dapat berdampak pada masyarakat menjadi pengguna produk usahanya, membeli dagangannya atau memakai jasa usahanya. Masyarakat menjadi pengguna produk, apabila usahanya bergerak dalam bidang produksi suatu barang, sedangkan masyarakat menjadi pembeli, bila usaha tersebut bergerak dalam bidang niaga. Pembaca papan nama akan dapat menjadi pengguna jasa jika usahanya berupa layanan jasa, misalnya layanan jasa perbaikan, kesehatan, kecantikan.

Berdasarkan Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing (1995), pada bagian *I* tentang Garis Penggantian Nama dan Kata Asing, sub bagian *4* mengenai ketentuan penggunaan bahasa Indonesia, pada butir *a* disebutkan bahwa bahasa yang digunakan di tempat umum, seperti pada papan nama, papan petunjuk, kain rentang, dan papan iklan adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Penggunaan bahasa asing pada papan nama pada dasarnya juga dapat dipakai, tetapi ada ketentuan yang harus diikuti. Ketentuan penggunaan bahasa asing termuat pada butir *e*. Ketentuan pada butir *e* sebagai berikut, pada papan nama, papan petunjuk, kain rentang, dan papan iklan, jika dianggap perlu, bahasa asing dapat dipakai dengan ketentuan bahasa asing tersebut ditulis di bagian bawah bahasa Indonesia dengan huruf lain yang lebih kecil (Departemen Pendidikan dan Ke-



budayaan, 1995: 4)

Ungkapan *gunakanlah bahasa Indonesia dengan baik dan benar* telah menjadi slogan yang memasyarakat, baik melalui jasa guru di lingkungan sekolah, maupun jasa media massa (media cetak – surat kabar dan majalah – ataupun media elektronik – radio dan televisi melalui siaran pembinaan bahasa Indonesia). Slogan tersebut tidak cukup diucapkan saja, tetapi perlu diterapkan. Penerapan bahasa Indonesia dengan baik dan benar perlu memperhatikan alat ukur atau kriteria (Sugono 1994: 17)

Kriteria yang dipakai untuk melihat pemakaian bahasa Indonesia dengan baik dan benar adalah kaidah bahasa. Kaidah itu meliputi aspek (1) tata bunyi (fonologi), (2) tata bahasa (kata dan kalimat), (3) kosa kata (termasuk istilah), (4) ejaan, dan (5) makna, (Sugono 1994: 17). Apabila kriteria-kriteria ini dipakai dalam berbahasa Indonesia pemakai bahasa dapat dikatakan sebagai pemakai yang tahu dan taat pada kaidah bahasa.

Penggunaan bahasa yang benar adalah pemakaian bahasa yang mengikuti kaidah yang telah dibakukan. Bahasa baku adalah suatu bentuk bahasa yang dikodifikasikan dan diterima oleh sebagian besar serta fungsi sebagai model (kerangka acuan dalam berbahasa secara baik dan benar) oleh masyarakat pendukung itu. Bahasa baku memiliki dua ciri, yaitu kemantapan dinamis dan kecendekiaan (Moeliono, 1988: 3)

Kemantapan dinamis adalah bahasa baku itu memiliki kaidah atau aturan yang mantap. Kaidah atau aturan yang mantap ini berarti tidak setiap saat berubah, tetapi tidak cukup luwes menerima perubahan pembaharuan. Ciri kecendekiaan adalah suatu proses

pembahasan yang bersifat jelas dan cermat/teliti atau suatu bentuk pengutaraan yang mengarah pada sistematisasi yang jelas hubungan-hubungannya, serta jelas pula dalam pernyataan.

Kriteria pemakaian bahasa yang baik adalah ketepatan memilih ragam bahasa yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi. Pemilihan ini bertalian dengan topik apa yang dibicarakan, tujuan pembicaraan, orang yang diajak bicara (kalau lisan) atau orang yang akan membaca (jika tulis), dan tempat pembicaraan. Selain itu, bahasa yang baik itu bernalar, dalam arti bahwa bahasa yang digunakan logis dan sesuai dengan tata nilai masyarakat Indonesia (Sugono 1994: 17).

Pemasangan TPNU di tempat umum, mengharuskan bahasa yang dipakai pada TPNU tersebut adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Penggunaan bahasa pada TPNU harus memperhatikan kaidah yang berlaku. Para pengusaha yang telah menerapkan kaidah bahasa yang berlaku, mencerminkan bahwa pengusaha itu memiliki sikap bahasa yang baik. Sikap berbahasa seseorang dapat bersifat positif atau bersifat negatif.

Sikap positif terhadap bahasa Indonesia dapat dilihat berdasarkan tolok ukur. Ada tiga macam tolok ukur sikap positif terhadap bahasa Indonesia seperti yang dikemukakan oleh Sudjati (1994), yaitu (1) kesetiaan terhadap bahasa Indonesia, (2) kebanggaan terhadap bahasa Indonesia, dan (3) kesadaran untuk mematuhi kaidah-kaidah kebahasaan yang berlaku. Kebangsaan, kesetiaan, dan kesadaran, bermuara dari apa yang tersurat dan tersirat dalam butir ketiga Sumpah Pemuda 1928, yaitu "menjunjung bahasa persatuan bahasa Indonesia" (Alwi 2000: 52).

Pemakaian bahasa pada TPNU sampai pada saat ini masih be-



ragam. Dikatakan beragam karena papan-papan nama yang terpampang, ada yang sudah sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku dan ada yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Ketidaksesuaian dengan kaidah bahasa yang berlaku tampak pada TPNU yang berbau asing. Teks papan nama usaha yang demikian dapat dikatakan bahwa TPNU bersifat keinggris-inggrisan. Yang dimaksud dengan TPNU yang bersifat keinggris-inggrisan adalah TPNU yang memiliki struktur/pola urutan kata dan diksi bahasa Inggris. Struktur dan diksi yang dipakai pada TPNU tersebut condong ke kaidah bahasa Inggris.

Munsi dalam bukunya yang berjudul *9 dari 10 Kata Bahasa Indonesia adalah Asing* (1996: 4-5), mengemukakan bahwa porsi beringgris-ria dalam bahasa Indonesia saat ini menjadi santapan sehari-hari. Bidang yang dianggap paling keranjingan beringgris-ria adalah bidang niaga, khususnya bidang pariwisata. Gejala memasukkan ejaan Inggris dalam bahasa Indonesia tulis, kini menjadi prajana yang tak jarang kelirunya.

Haruskah kita mengorbankan bahasa nasional kita untuk melayani turis asing? Pertanyaan ini dikemukakan oleh Kridalaksana pada saat pertama kali masuk kota Samarinda. Kridalaksana berpendapat bahwa sepertinya bahasa Inggris sudah menjadi bahasa nasional kota Samarinda. Pendapat ini disebabkan oleh maraknya tulisan-tulisan menggunakan bahasa Inggris. Beberapa bukti yang dikemukakan Kridalaksana di antaranya di jalan-jalan terpampang papan-papan bertuliskan *KEEP YOUR CITY CLEAN*, di lapangan terbang Pangkal Pinang (Bangka) tampak papan dengan tulisan dengan tulisan besar *WELCOME*. Keadaan seperti ini membuat diri kita

seakan-akan berada di negara Inggris atau Amerika. Alasan pemakaian istilah asing adalah untuk melayani turis asing (Kridalaksana 1928: 7).

Pertanyaan lain yang dikemukakan Kridalaksana, yaitu apakah masuk akal alasan pemakaian istilah asing untuk melayani turis asing? Sebenarnya tidak semua turis yang datang di Indonesia berasal dari negara berbahasa Inggris, demikian juga dengan bahasa yang dikuasai turis. Tidak semua turis menguasai bahasa Inggris.

Setiap bahasa memiliki kaidah yang berbeda. Kaidah bahasa Inggris tidak sama dengan kaidah bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada struktur atau pola urutan kata, struktur yang berlaku dalam bahasa Inggris berpola M-D, sedangkan struktur pada bahasa Indonesia berpola D-M. Perbedaan lain yang terdapat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia yaitu perbedaan kosakata. Meskipun kosakata bahasa Indonesia banyak diserap dari bahasa Inggris, namun tidak semua kosakata yang diserap sama seperti kosakata bahasa Inggris. Penyerapan kosakata asing disesuaikan dengan kaidah bahasa Indonesia. Atas dasar pedoman pemakaian istilah asing, pemakaian bahasa harus berhati-hati dalam memilih kata.

Teks papan nama usaha yang bersifat keinggris-inggrisan dapat dilihat dari dua hal, yaitu (1) struktur atau pola urutan kata pada papan nama, (2) diksi atau pilihan kata yang dipakai pada TPNU. Struktur atau pola urutan kata yang bersifat keinggris-inggrisan tampak pada papan nama yang berstruktur M-D. Papan nama yang bersifat keinggris-inggrisan ditinjau dari segi diksi, dapat dilihat dari dipakainya istilah asing yang banyak diserap oleh bahasa Indonesia, kebanyakan memang dari bahasa Inggris, sehingga sangatlah wajar



apabila banyak TPNU yang bersifat keinggris-inggrisan.

Teks papan nama usaha yang dipasang baik yang bersifat keinggris-inggrisan atau yang sudah sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, semuanya mencerminkan sikap bahasa pengusaha. Sikap bahasa pengusaha yang positif ditunjukkan pada TPNU yang sudah sesuai dengan kaidah bahasa dan aturan penulisan yang berlaku. Sikap bahasa pengusaha yang negatif tampak pada TPNU yang belum taat asas. Sifat keinggris-inggrisan bahasa papan nama, cerminan sikap bahasa negatif seorang pengusaha. Dalam hal ini, pengusaha (pengusaha asli Indonesia) tidak menunjukkan rasa bangga terhadap bahasanya sendiri, yaitu bahasa Indonesia.

Pola urutan kata yang lazim dalam bahasa Indonesia menggunakan hukum D-M (Diterangkan-Menerangkan) (Alwi 2000 : 50). Pola urutan kata papan nama usaha yang ada di Magelang belum seluruhnya menggunakan hukum D-M. Hal ini menunjukkan masih adanya pola urutan kata yang belum sesuai dengan hukum yang lazim dalam bahasa Indonesia. Bukti keberagaman ini dapat dilihat pada beberapa contoh berikut ini, (1) **RISKO MOTOR (M-D)**, (2) **SALON DEWI (D-M)**, (3) **MEGA ELEKTRONIK (M-D)**, (4) **WILLY SALON (M-D)**, (5) **MAGELANG MOTOR (M-D)**.

Keberagaman lain yang tampak adalah keberagaman pilihan kata. Kosakata yang dipakai pada TPNU belum semuanya kosakata yang telah dibakukan (BK). Kosakata tidak baku (TBK) yang dimaksud dalam hal ini adalah kosakata asing (dari bahasa Inggris, Belanda, Jawa atau bahasa daerah lainnya). Kosakata-kosakata asing masih banyak terlihat mewarnai TPNU di Magelang. Bukti keberagaman pilihan kata BK dan TBK dapat dilihat pada beberapa

contoh berikut: (1) **penjahit** (BK) dan **tailor** (TBK) untuk jenis usaha penjahitan pakaian; (2) **komputer** (BK) dan **computer** (TBK) untuk jenis usaha jual beli, reparasi, persewaan komputer; (3) **servis** (BK) dan **service** (TBK) untuk jenis usaha jasa perbaikan elektronik, mobil, sepeda motor; (4) **untuk pria dan wanita** (BK) dan **for ladies & gent** (TBK) untuk usaha tata rias, potong rambut, salon kecantikan.

Wujud keberagaman kosakata di atas, merupakan bukti pemakaian istilah pada beberapa usaha, yaitu usaha penjahitan, usaha perkomputeran, usaha jasa perbaikan dan jasa tata rias. Pada usaha jasa penjahitan, keberagaman kosakata dapat dilihat seperti berikut: **Penjahit Mulya Maju, Penjahit Cahaya, Garuda Tailor, Eropah Tailor**. Pemakaian kosakata **komputer** dan **computer** terdapat pada papan nama usaha perkomputeran, wujudnya yaitu **Mikro komputer, Tidar Computer**. Usaha jasa perbaikan yang menggunakan kosakata **servis** dan **service** dapat dilihat pada contoh berikut, **service mobil, servis elektronik, elektronik service, service sepeda motor**. Para pengusaha jasa tata rias, potong rambut, salon kecantikan ada yang memakai kosakata untuk pria dan wanita dan **for ladies and gent**. Bukti pemakaian kosakata ini dapat dilihat pada TPNU yang bertuliskan **Dewi Salon for Ladies and Gent, Hanny Salon Untuk Pria dan Wanita**. Contoh-contoh papan nama usaha di atas merupakan bukti bahwa para pengusaha belum semuanya menunjukkan ketepatan pada kaidah bahasa Indonesia dan aturan penyusunan TPNU yang berlaku.

Masyarakat Indonesia tampaknya hingga saat ini masih mempunyai anggapan bahwa semua yang berbau asing dianggap lebih bergengsi, lebih elit, dan lebih modern (Yustanto 1996 : 8). Hal ini



menggejala pada bahasa, yaitu pada pemakaian istilah dan struktur atau pola urutan kata, dalam bahasa Indonesia lazim menggunakan hukum D-M.

Melihat keadaan TPNU di Magelang yang ternyata masih banyak yang bersifat keinggris-inggrisan, sangatlah perlu dikaji faktor-faktor yang melatarbelakangi penyusunan TPNU. Kajian ini bertujuan untuk mengungkap apakah hal tersebut dibuat dengan disengaja, tidak disengaja, tidak mengetahui aturan yang berlaku atau adanya tujuan tertentu. Penelitian ini berusaha mengungkap langsung latar belakang pemakaiannya dari para pengusaha di Magelang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Masalah yang berkaitan dengan pemakaian bahasa oleh masyarakat sangatlah kompleks. Kekompleksan masalah pemakaian bahasa pada masyarakat dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa faktor penyebab yaitu pengetahuan tentang bahasa pada diri pemakai, faktor tujuan, faktor latar belakang budaya pemakai, dan latar belakang suku bangsa. Masalah yang berkaitan dengan TPNU dapat diidentifikasi sebagai berikut (1) struktur atau pola urutan kata pada papan nama masih beragam, ada yang berpola D-M dan berpola M-D, (2) kosakata yang dipakai pada papan nama masih tampak sangat bervariasi, ada yang menggunakan kosakata asing (bahasa Inggris dan bahasa daerah), kosakata bahasa Indonesia/istilah asing yang sudah diserap dan dibakukan, dan (3) ejaan, penulisan ejaan pun sangat beragam.

Wujud keberagaman pada ejaan, yaitu adanya penulisan yang

sudah sesuai dengan pedoman EYD dan penulisan yang belum sesuai dengan kaidah. Wujud keberagaman ini menunjukkan sikap bahasa antara pengusaha yang satu dengan yang lainnya beragam pula. Ada pengusaha yang memiliki sikap bahasa yang baik atau sikap positif, dan sikap bahasa pengusaha yang kurang baik.

Wujud keberagaman pada ejaan, yaitu adanya penulisan yang sudah sesuai dengan pedoman EYD dan penulisan yang belum sesuai dengan kaidah. Wujud keberagaman ini menunjukkan sikap bahasa antara pengusaha yang satu dengan yang lainnya beragam pula. Ada pengusaha yang memiliki sikap bahasa yang baik atau sikap positif, dan sikap bahasa pengusaha yang kurang baik.

Sikap bahasa yang kurang baik artinya sikap bahasa yang ditunjukkan oleh pemakai tidak sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Sikap bahasa pengusaha yang baik, ditunjukkan pada ditaatinya kaidah bahasa yang berlaku dalam penyusunan teks papan nama usahanya. Struktur atau pola urutan kata dan istilah yang dipakai pada penyusunan TPNU adalah struktur dan istilah bahasa Indonesia. Teks papan nama usaha yang dipampang oleh pengusaha dengan pola urutan kata berhuruf D-M, memakai istilah bahasa Indonesia atau kosakata asing yang sudah diserap dan dibakukan, dan ejaan yang dipakai ejaan yang disempurnakan, merupakan TPNU yang taat asas. Sikap bahasa pengusaha yang kurang baik atau disebut sebagai sikap bahasa negatif, tampak pada tidak ditaatinya aturan atau kaidah bahasa Indonesia yang berlaku. Ketidaktaatan pada kaidah ditunjukkan oleh pengusaha dalam menyusun teks papan nama usaha, yaitu tanpa memperhatikan struktur atau pola urutan kata, istilah, dan ejaan yang berlaku.



Papan nama usaha merupakan sarana penyampaian informasi usaha kepada masyarakat. Pemasangan TPNU di tempat yang sangat strategis, bertujuan agar masyarakat dapat membaca TPNU tersebut. Karena TPNU dipasang di tempat umum, bahasa yang dipakai haruslah sesuai dengan kaidah yang berlaku. Bahasa yang dipakai pada TPNU adalah bahasa baku.

Dalam bahasa Indonesia, kaidah pola urutan kata yang lazim adalah D-M. Kenyataan di lapangan, pola urutan kata pada papan nama usaha, tidak hanya berpola D-M. Pemakaian hukum bukan D-M menunjukkan pemakai bahasa belum taat azas. Kosakata bahasa Indonesia banyak diserap dari bahasa asing. Namun demikian, tidak semua bahasa asing yang berkembang di Indonesia hingga saat ini semuanya diserap. Oleh karena itu, masyarakat pemakai bahasa harus berhati-hati dalam memilih kata. Kosakata yang dipakai hendaklah dipertimbangkan pada kosakata yang telah dibakukan atau yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kembali pada kenyataan yang ada di lapangan perihal pilihan kata, masyarakat dalam melakukan tindak komunikasi masih banyak yang memakai kosakata asing yang belum dibakukan atau diserap ke dalam bahasa Indonesia.

Mengenai ejaan, masih banyak masyarakat yang belum memahami aturan penulisan yang benar. Pemakaian ejaan ternyata juga merambah kaum intelektual. Sebagai contoh, kaum intelektual yang belum taat azas pada ejaan, adalah dokter. Hingga saat ini masih ada dokter yang menuliskan gelar dokter yang disingkat tidak sesuai dengan kaidah ejaan, khususnya penulisan gelar. Hal ini tampak sekali pada gelar yang ditulis pada papan nama di tempat dokter tersebut praktik. Pada papan nama singkatan dokter (dr.), d ditulis dengan

huruf kapital (Dr). Dalam tata ejaan, singkatan gelar Dr. merupakan singkatan dari gelar doktor. Pada kenyataannya, dokter tersebut belum bergelar doktor.

Melihat kenyataan yang ada, seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah, ternyata TPNU yang ada di Magelang sangat beragam. Atas dasar hal tersebut, penelitian ini berusaha mengungkap macam-macam keberagaman TPNU, khususnya mengenai pola urutan kata D-M; M-D, kosakata, dan faktor-faktor yang melatarbelakangi para pengusaha dalam menyusun TPNU.

Mengkaji pola urutan kata D-M; M-D, kosakata, dan hal-hal atau faktor-faktor yang melatarbelakangi penyusunan TPNU yang ada di Magelang merupakan pokok persoalan penelitian ini. Hal tersebut dilakukan peneliti karena hingga saat ini penelitian ketiga hal tersebut di atas belum dilakukan secara mendalam. Karya ilmiah yang ada masih dalam bentuk makalah, dan latar belakang penyusunan yang dikemukakan masih berwujud prediksi sementara.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah seperti tersebut dalam identifikasi masalah, rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bahasa asing apa sajakah yang terdapat pada teks papan nama usaha di Magelang ?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang melatarbelakangi pemakaian bahasa asing dalam teks papan nama usaha di Magelang?



#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi macam-macam bahasa asing yang ada dalam teks papan nama usaha di Magelang.
2. Mengungkap berbagai faktor yang melatarbelakangi pemakaian bahasa asing dalam teks papan nama usaha di Magelang.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang hendak diperoleh dari penelitian ini manfaat praktis. Manfaat secara praktis hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah Magelang sebagai acuan untuk menata kembali teks papan nama usaha yang belum sesuai dengan kaidah bahasa dan aturan penulisan yang berlaku. Penataan TPNU didasarkan pada pedoman yang berlaku, yaitu pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia pada tahun 1995.

Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar pemerintah kota dan kabupaten Magelang untuk melaksanakan teguran dan penyuluhan. Pihak yang ditegur oleh pemerintah adalah pengusaha yang memiliki teks papan nama usaha tidak sesuai dengan kaidah bahasa yang berlaku. Sasaran penyuluhan adalah para pengusaha, masyarakat luas (calon pengusaha).

Manfaat praktis lain yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu hasil penelitian ini dapat membangkitkan sikap bahasa yang positif para pengusaha. Pengusaha yang masih memiliki TPNU yang be-

lum sesuai dengan kaidah bahasa dan pedoman yang berlaku, seperti termuat dalam buku Pedoman Pengindonesiaan Nama dan Kata Asing terbitan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tahun 1995, diharapkan dengan kesadaran yang tinggi mau segera mengubah teks papan nama usahanya. Dengan diubahnya TPNU yang menyimpang menjadi TPNU yang sesuai dengan kaidah bahasa dan aturan yang berlaku, menunjukkan pengusaha ikut serta mewujudkan cita-cita bahasa Indonesia menjadi jati diri bangsa Indonesia.

## **KERANGKA TEORETIS**

### **2.1 Masyarakat Bahasa**

Kajian sociolinguistics merupakan kajian tentang penggunaan bahasa oleh penutur tertentu dalam keadaan yang sewajarnya untuk tujuan-tujuan tertentu (Nababan 1993: 20). Penutur tertentu adalah siapa yang berbicara ditinjau dari latar sosial budayanya, sedangkan keadaan yang sewajarnya adalah situasi dan suasana saat terjadinya tuturan secara alami, dan tujuan-tujuan tertentu adalah tujuan yang melatarbelakangi tuturan si penutur.

Suwito (1983: 20) memberikan batasan mengenai masyarakat bahasa. Batasan masyarakat bahasa atau masyarakat tutur menurut Suwito sebagai berikut, masyarakat tutur adalah istilah netral, ia dapat dipergunakan untuk menyebut masyarakat yang luas dan besar dan dapat pula untuk menyebut masyarakat yang kecil atau sekelompok orang yang menggunakan bentuk bahasa yang relatif sama dan



mempunyai penilaian yang sama dalam pemakaian bahasanya.

Dalam pengertian seperti itu, Suwito menjelaskan bahwa setiap kelompok orang dalam masyarakat yang karena tempat atau daerahnya, umur atau jenis kelaminnya, lapangan kerja atau hobinya, dan sebagainya, yang menggunakan bahasa yang sama dan mempunyai penilaian yang sama terhadap norma-norma pemakaian bahasanya, membentuk suatu masyarakat tutur (Moeliono 2001: 3).

### **2.1.1 Hakikat Bahasa**

Bahasa adalah sebuah sistem, artinya, bahasa itu dibentuk oleh sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat dikaidahkan. Sebagai sebuah sistem, bahasa selain bersifat sistematis juga bersifat sistemis. Sistematis artinya bahasa itu tersusun menurut suatu pola tertentu, tidak tersusun secara acak atau sembarangan. Sedangkan yang dimaksud dengan sistemis adalah sistem bahasa itu bukan merupakan sistem tunggal, melainkan terdiri dari sejumlah subsistem, yaitu subsistem fonologi, subsistem morfologi, subsistem sintaksis, dan subsistem leksikon.

Dalam bahasa Indonesia, bentuk kata maupun urutan kata merupakan hal yang penting. Para penutur bahasa Indonesia hendaklah memperhatikan bentuk kata yang dipakai dan pola urutan kata yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Kedua hal tersebut merupakan sifat bahasa yang unik. Unik, artinya memiliki ciri atau sifat khas yang tidak dimiliki bahasa lain (Chaer 1995: 15).

### **2.1.2 Fungsi Bahasa**

Dalam konsep sosiolinguistik, bahasa bukanlah sekedar alat yang berfungsi untuk menyampaikan pikiran. Fungsi bahasa dalam konsep sosiolinguistik perlu dilihat dari berbagai sudut pandang. Ada 5 sudut pandang untuk memahami fungsi bahasa, yaitu (1) dari sudut penutur, (2) pendengar, (3) kontak, (4) topik, (5) kode, dan (6) amanat pembicaraan (Chaer 1995: 20).

Dilihat dari sudut penutur, bahasa berfungsi sebagai pernyataan sikap tentang apa yang dituturkannya. Penutur tidak hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikannya. Dalam hal ini pendengar dapat menduga bahwa penutur dalam keadaan sedih, marah, atau senang.

Dilihat dari segi pendengar, bahasa berfungsi *direktif*, yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Dalam hal ini, fungsi bahasa tidak hanya membuat pendengar melakukan sesuatu, tetapi juga melakukan kegiatan sesuai dengan yang dimauhi pembicara. Penutur dapat menggunakan kalimat-kalimat yang menyatakan perintah, imbauan, permintaan, maupun rayuan. Fungsi fatik atau fungsi menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan bersahabat, atau solidaritas sosial, merupakan fungsi bahasa dilihat dari sudut kontak.

Fungsi bahasa yang ke-4, yaitu dilihat dari segi topik ujaran, bahasa berfungsi sebagai *referensial*. Fungsi referensial ini mengandung maksud bahwa bahasa berfungsi sebagai alat untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada disekeliling penutur. Fungsi referensi lain ialah yang melahirkan paham tradisional bahwa bahasa adalah alat untuk menyatakan pikiran, untuk menyatakan bagaimana



pendapat si penutur tentang dunia disekelilingnya.

Apabila dilihat dari segi kode, bahasa berfungsi sebagai *metalingual* atau *meta linguistik*. Fungsi ini digunakan untuk membicarakan dirinya sendiri, yaitu untuk menjelaskan bahasa. Dalam kamus monolingual, bahasa digunakan untuk menjelaskan arti bahasa (dalam hal ini *kata*) itu sendiri.

Dilihat dari segi yang ke-6, yaitu segi amanat, bahasa berfungsi sebagai imajinatif. Bahasa itu dapat digunakan untuk menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan baik yang sebenarnya maupun yang hanya imajinasi (khayalan, rekaan) saja. Fungsi imajinatif ini biasanya berupa karya seni, khususnya karya sastra, misalnya puisi, novel, dongeng.

Bahasa merupakan media komunikasi yang paling canggih dan produktif; semua kelompok manusia mempunyai bahasa (Ibrahim 1993: 125). Kelompok-kelompok tertentu, bangsa yang modern yang terbagi ke dalam wilayah-wilayah yang lebih kecil, atau bahkan asosiasi profesi atau kelompok-kelompok rukun tetangga dapat dipandang sebagai masyarakat tutur, asalkan mereka menunjukkan kekhasan bahasa (Ibrahim 1993: 126).

### 2.1.3 Sikap Bahasa

Sikap bahasa (*language attitude*) adalah peristiwa kejiwaan dan merupakan bagian dari sikap (*attitude*) pada umumnya. Seperti halnya dengan peristiwa-peristiwa kejiwaan yang lain, sikap tidak dapat diamati secara langsung. Untuk mengamati sikap dapat dilakukan antara lain lewat perilaku. Tetapi berbagai hasil penelitian

menunjukkan, bahwa apa yang tampak dalam perilaku tidak selalu menunjukkan sikap. Dan sebaliknya, sikap seseorang tidak selamanya tercermin dalam perilakunya. Hubungan antara sikap dan perilaku hanyalah sebagian saja dari sekian jenis hubungannya dengan faktor-faktor lain. Atau lebih tegasnya, perilaku seseorang tidak hanya semata-mata ditentukan oleh sikapnya, tetapi faktor-faktor lain juga turut menentukan (Suwito 1983: 87).

Keadaan dan proses terbentuknya sikap bahasa tidak jauh dari keadaan dan proses terbentuknya sikap pada umumnya. Sebagaimana halnya dengan sikap, maka sikap bahasa juga merupakan peristiwa kejiwaan sehingga tidak dapat diamati secara langsung. Sikap bahasa dapat diamati antara lain lewat *perilaku berbahasa* atau *perilaku tutur*. Namun dalam hal ini juga berlaku ketentuan bahwa tidak setiap perilaku tutur mencerminkan sikap bahasa. Demikian pula sebaliknya, sikap bahasa tidak selamanya tercermin dalam perilaku tutur. Dengan dibedakannya antara *bahasa* (language) dan *tutur* (parole) oleh de Saussure, maka ketidaklangsungan hubungan antara sikap bahasa dan perilaku tutur makin menjadi lebih jelas lagi. Sikap bahasa cenderung mengacu bahasa sebagai sistem (language), sedangkan perilaku tutur lebih cenderung merujuk kepada pemakaian bahasa secara konkret (parole) (Suwito 1983: 89).

### **2.1.3.1 Pengertian Sikap Bahasa**

Rokhman (2001: 26-27) dalam penelitian yang berjudul *Sikap Bahasa Santri*, mengemukakan batasan-batasan sikap bahasa dari para ahli sosiologi. Beberapa pendapat ahli yang dikutip oleh



Rokhman yaitu pendapat Cooper dan Fishman, Anderson, Pap, dan Holmes.

Batasan sikap bahasa menurut Cooper dan Fishman ialah sikap seseorang yang berkaitan dengan acuan yang berupa bahasa, perilaku bahasa, dan hal yang menjadi penanda atau lambang. Anderson mengemukakan batasan mengenai sikap mengacu pada konsep sikap menurut Rokech (1968). Menurut Anderson, sikap bahasa merupakan tata keyakinan yang berhubungan dengan bahasa yang memberikan kecenderungan kepada seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu yang disukainya. Lebih lanjut Anderson mengemukakan cakupan sikap bahasa. Cakupan sikap bahasa ada tiga, yaitu (1) kesetiaan bahasa (*language loyalty*), yaitu sikap masyarakat bahasa yang cenderung untuk menjaga bahasanya, dan bila perlu mereka selalu mempertahankan terhadap adanya pengaruh dari luar, (2) kebanggaan bahasa (*language pride*), adalah sikap bahasa masyarakat bahasa untuk dapat mengembangkan bahasanya menuju ke arah bahasa baku, dan (3) kesadaran akan norma bahasa (*awareness of the norm*), adalah sikap bahasa untuk mengatur tingkah laku bahasa mereka sehari-hari. Pap membedakan pengertian sikap bahasa menjadi dua, yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas. Batasan sikap bahasa dalam arti sempit adalah bahasa dipandang sebagai suatu konsep yang mengacu pada penilaian orang terhadap suatu bahasa (indah atau jelek, kaya atau miskin) dan penilaian terhadap kepribadian penutur bahasa tertentu. Batasan sikap bahasa dalam arti luas yang dikemukakan oleh Pap, yaitu sikap bahasa dipandang sebagai konsep yang meliputi pemilihan yang sebenarnya atas suatu bahasa, pelajaran bahasa, atau perencanaan bahasa. Pandangan mengenai

sikap bahasa oleh Holmes (1992), sikap bahasa adalah sikap yang merefleksikan penilaian terhadap suatu bahasa (misalnya bahasa Inggris) atau terhadap ciri suatu bahasa (misalnya suatu variasi fonologis) atau terhadap bahasa sebagai penanda kelompok (misalnya bahasa Inggris sebagai penanda orang Inggris dan Amerika). Suwito (1958: 87) mengutip pendapat Lambert tentang sikap bahasa. Sikap bahasa menurut Lambert mencakupi aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotorik. Aspek kognitif berkaitan dengan proses berpikir. Aspek yang kedua, yaitu aspek afektif berkaitan dengan nilai rasa, misalnya rasa senang, rasa tidak senang, baik, buruk, suka dan tidak suka, dan lain sebagainya. Sedangkan aspek yang ketiga, yaitu aspek psikomotorik, berhubungan dengan perilaku atau perbuatan.

### 2.1.3.2 Sikap Bahasa Positif dan Sikap Bahasa Negatif

Sikap bahasa, dapat dibedakan menjadi dua macam sikap bahasa. Kedua macam sikap bahasa tersebut adalah *sikap bahasa positif* dan *sikap bahasa negatif*. Seperti dikemukakan oleh Yustanto (1996: 6-7) tentang sikap bahasa, bahwa sikap bahasa seseorang, dapat bersifat positif atau bersifat negatif. Sikap bahasa yang positif dapat berperan (1) pemertahan dan pelestarian bahasa, (2) menumbuhkan rasa bangga berbahasa, dan (3) memperkuat kesetiaan bahasa. Sikap negatif terhadap suatu bahasa akan cenderung (1) memperlemah pemertahan bahasa, (2) memperlemah rasa bangga dan kesetiaan terhadap bahasa, dan (3) menimbulkan apatisme terhadap usaha pelestarian dan pembinaan bahasa. Sikap positif akan mendorong se-



tiap penutur untuk sejauh mungkin mengurangi atau menghilangkan sama sekali warna bahasa daerah atau dialeknya. Sikap demikian akan menunjang usaha pembakuan bahasa Indonesia. Sebaliknya jika seorang penutur tidak pernah berusaha mengurangi apalagi menghilangkan warna daerah atau dialeknya, maka sikap positif itu belum tampak dari padanya, meskipun penutur tersebut belum tentu mempunyai sikap negatif terhadap bahasa Indonesia dan usaha pembakuan bahasa Indonesia.

Sehubungan dengan sikap positif dan sikap negatif terhadap sesuatu bahasa mungkin akan menjadi lebih jelas dengan mengikuti pendapat Garvin dan Mathiot yang dikutip oleh Suwito. Menurut Garvin dan Mathiot, sikap bahasa itu setidaknya-tidaknya mengandung tiga ciri pokok yakni: *kesetiaan bahasa (language loyalty)*, *kebanggaan bahasa (language pride)*, dan *kesadaran akan adanya norma bahasa (awareness of the norm)*. Kesetiaan bahasa adalah sikap yang mendorong suatu masyarakat tutur mempertahankan kemandirian bahasanya, meskipun apabila perlu, sampai terpaksa mencegah masuknya pengaruh asing. Kebanggaan bahasa merupakan sikap yang mendorong seseorang atau sekelompok orang menjadikan bahasanya sebagai lambang identitas pribadi atau kelompoknya, dan sekaligus membedakannya dari orang atau kelompok orang yang lain. Sedangkan kesadaran akan adanya norma bahasa adalah sikap yang mendorong penggunaan bahasa secara cermat, korek, santun dan layak. Kesadaran demikian merupakan faktor yang sangat menentukan perilaku tutur dalam ujud pemakaian bahasa (Suwito 1983: 91).

Kesetiaan bahasa, kebanggaan bahasa dan kesadaran akan adanya norma bahasa merupakan *ciri-ciri sikap positif* terhadap

suatu bahasa. *Sikap negatif* akan terjadi apabila seseorang atau sekelompok orang sebagai anggota suatu masyarakat tidak ada rasa bangga terhadap bahasanya dan mengalihkan kebanggaannya kepada bahasa lain yang bukan miliknya. Sikap negatif akan lebih terasa lagi akibat-akibatnya apabila sampai kepada ketidaksadaran akan adanya norma bahasa (Suwito 1983: 91-92).

Untuk menanamkan sikap setia-bahasa, bangga-bahasa dan sadar norma bahasa, Halim (1978: 7) berpendapat bahwa jalan yang harus ditempuh ialah dengan pendidikan bahasa yang pelaksanaannya didasarkan atas asas-asas pembinaan kaidah dan norma bahasa disamping norma-norma sosioinguistik dan norma-norma budaya yang hidup didalam masyarakat pemakai bahasa yang bersangkutan.

Menurut Alwi (2000), seberapa jauh sikap positif terhadap bahasa Indonesia dapat dilihat berdasarkan tiga tolok ukur, yaitu (1) kebanggaan terhadap bahasa Indonesia, (2) kesetiaan terhadap bahasa Indonesia, dan (3) kesadaran untuk mematuhi kaidah-kaidah kebahasaan yang berlaku. Kebanggaan, kesetiaan dan kesadaran ini bermuara pada apa yang tersurat dan tersirat dalam butir ketiga Sumpah Pemuda 1928, yaitu "menjunjung bahasa persatuan bahasa Indonesia". Butir ketiga Sumpah Pemuda berisi tentang pernyataan politik yang mencanangkan kedudukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan (disebut juga sebagai bahasa nasional atau bahasa kebangsaan), mengandung makna bahwa kita, baik perseorangan, anggota masyarakat, harus senantiasa memberikan penghormatan yang setinggi-tingginya terhadap bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dengan menggunakannya secara baik dan benar. Lebih lan-



jut mengemukakan bahwa sekurang-kurangnya sejak tahun tujuh puluhan, kita sudah diimbau untuk menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

#### 2.1.4 Ragam Bahasa

Kata *ragam* jika dikaitkan dengan tata bahasa memiliki arti *laras, corak* (Badudu 1996: 1118). Ragam bahasa sama dengan laras bahasa. Ragam bahasa atau laras bahasa adalah ragam yang dipakai oleh sekelompok orang atau masyarakat tertentu yang mempunyai kelarasan tersendiri.

Sugono (1994: 8-9) mengemukakan bahwa ada tiga kriteria penting yang perlu diperhatikan jika kita berbicara tentang ragam bahasa. Ketiga kriteria itu adalah (1) media yang digunakan, (2) latar belakang penutur, dan (3) pokok persoalan yang dibicarakan.

##### 2.1.4.1 Ragam Berdasarkan Media yang Digunakan

Berdasarkan media yang digunakan untuk menghasilkan bahasa, ragam bahasa dapat dibedakan atas ragam bahasa lisan dan ragam bahasa tulis. Dalam buku Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (2000: 7), ragam bahasa menurut sarannya lazim dibagi atas *ragam lisan*, atau *ujaran*, dan *ragam tulis*. Karena tiap masyarakat bahasa memiliki ragam lisan, sedangkan ragam tulisan baru muncul kemudian, maka soal yang perlu ditelaah ialah bagaimana orang menuangkan ujarannya ke dalam bentuk tulisan. Bahasa Melayu dianggap orang sejak dahulu berperan sebagai *lingua franca*. Bahasa bersama

itu untuk sebagian besar penduduk kita berupa ragam lisan untuk keperluan yang terbatas. Bahkan sampai masa kini, oleh berjuta-juta orang yang masih buta huruf, bahasa Indonesia yang dikuasainya hanyalah ragam lisannya saja.

Ada dua hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan perbedaan antara ragam lisan dan ragam tulis. Yang pertama berhubungan dengan suasana peristiwanya. Jika kita menggunakan sarana tulisan, ada anggapan bahwa orang yang diajak berbahasa tidak ada di hadapan kita. Akibatnya, bahasa yang dipakai perlu lebih terang dan jelas-lebih eksplisit-karena dalam berbahasa tidak dapat disertai oleh gerak isyarat, pandangan, atau anggukan sebagai tanda penegasan di pihak pembicara atau pemahaman di pihak pendengar.

#### **2.1.4.2 Ragam Bahasa Dilihat dari Segi Penuturnya**

Ragam bahasa resmi dan tidak resmi merupakan bagian dari ragam bahasa yang dilihat dari segi penuturnya. Ragam bahasa dipengaruhi oleh sikap penutur terhadap kawan bicara (jika lisan) atau sikap penulis (jika dituliskan). Sikap itu antara lain resmi, akrab, dingin, dan santai. Kedudukan kawan bicara berpengaruh pada penutur atau penulis (Sugono 1994: 11).

Ragam bahasa menurut sikap penutur mencakupi sejumlah corak bahasa Indonesia yang masing-masing pada dasarnya tersedia bagi tiap pemakai bahasa. Ragam ini, yang disebut *langgam* atau gaya, pemilihannya bergantung pada sikap penutur terhadap orang yang diajak berbicara atau terhadap pembacanya. Sikapnya ini dipengaruhi, antara lain, oleh umur dan kedudukan orang yang dis-



apa, tingkat keakraban antar penutur, pokok persoalan yang hendak disampaikan, dan tujuan penyampaian informasinya. Dalam hal ragam bahasa menurut sikap penutur, dihadapkan dengan pemilihan bentuk-bentuk bahasa tertentu yang menggambarkan sikap penutur yang kaku, resmi, adab, dingin, hambar, hangat, akrab, atau santai. Perbedaan berbagai gaya itu tercermin dalam kosakata dan gaya bahasa. Jarak antara penutur dan kawan bicara, penulis dan pembaca, menentukan ragam yang dipakai. Apabila antara penutur dan kawan bicara atau penulis dengan pembaca ada jarak, akan digunakan ragam resmi, atau yang dikenal dengan bahasa baku. Makin formal jarak penutur dan kawan bicara, akan makin resmi dan berarti makin tinggi tingkat kebakuan bahasa yang digunakannya. Makin rendah tingkat keformalannya, makin rendah pula tingkat kebakuan bahasa yang digunakan. Selain jarak penutur dan kawan bicara atau jarak penulis dengan pembaca, faktor lain yang menentukan pemakaian bahasa baku adalah situasi komunikasi.

Situasi komunikasi sangat menentukan pemakaian bahasa ragam resmi dan tidak resmi. Situasi komunikasi resmi menuntut komunikator untuk memakai bahasa yang sesuai dengan kaidah atau aturan yang berlaku. Kaidah atau aturan yang dimaksud adalah kaidah dalam pilihan kata dan penerapan kaidah tata bahasa. Dalam situasi yang tidak resmi, kaidah bahasa baku dapat ditinggalkan. Bahasa yang dipakai dalam komunikasi adalah bahasa yang bersifat komunikatif.

### **2.1.4.3 Ragam Bahasa Berdasarkan Pokok Persoalan**

Ragam bahasa berdasarkan pokok persoalan dapat dibedakan atas ilmu pengetahuan dan teknologi, misalnya, ragam bahasa ilmu, ragam bahasa hukum, ragam bahasa sastra, dan ragam bahasa niaga. Berdasarkan ragam bahasa berdasarkan pokok persoalan yang berkaitan dengan TPNU, TPNU termasuk dalam ragam bahasa niaga. Teks PNU merupakan sarana penginformasian suatu usaha, oleh karena itu TPNU termasuk salah satu jenis bahasa iklan.

Menurut Yustanto (1996: 3), penggunaan bahasa pada papan nama usaha sampai pada batas tertentu termasuk ragam iklan. Dalam hal ini dilihat dari situasi pemakaiannya dapat digolongkan dalam situasi resmi, atau setidaknya tidaknya termasuk agak resmi. Dilihat dari tingkat keresmiannya dapatlah dimasukkan dalam ragam usaha. Pengguna bahasa TPNU pada umumnya bersikap menghormati atau menghargai para pembacanya, betapapun dan siapapun golongan pembaca itu. Jadi, para pengusaha itu akan berupaya agar bahasa yang dipakainya sebaik mungkin dan semenarik mungkin bagi para pembacanya.

#### **2.1.4.3.1 Pengertian Iklan**

Secara etimologis kata iklan berasal dari bahasa Arab *i'lan* yang bermakna kabar yang disiarkan. Kata itu kemudian didalam bahasa Indonesia mengalami perubahan makna. Kabar yang dimaksud bukan semata-mata untuk tujuan sekadar diinformasikan, tetapi tujuannya berkembang atau bergeser menjadi persuasi, sehingga kabar



yang disampaikan berubah fungsi sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain agar terjadi perubahan sikap atau perilaku sesuai dengan yang dikehendaki.

Pendapat lain tentang iklan adalah pendapat dari Wright. Pendapat Wright mengenai pengertian iklan seperti yang dikutip oleh Liliweri (1992: 20) sebagai berikut, iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1997: 322), iklan memiliki pengertian sebagai berikut,

- 1) Iklan adalah berita pesanan (mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda atau barang jasa yang ditawarkan.
- 2) Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa seperti surat kabar dan majalah.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat penulis simpulkan bahwa iklan adalah sarana promosi bagi perorangan, pengusaha, organisasi, ataupun lembaga pemerintah untuk menyampaikan pesan-pesan yang bersifat menguntungkan. Keuntungan di sini tidak selalu dikaitkan dengan materi seperti uang, tetapi juga dikaitkan dengan keuntungan moral, misalnya promosi yang menyangkut kebudayaan, pendidikan, dan keagamaan. Namun secara umum iklan lebih sering dikaitkan dengan segi-segi komersialnya saja.

### **2.1.4.3.2 Bahasa Iklan**

Bahasa iklan sebagai ragam bisnis pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pemakaian bahasa dalam berkomunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan konsumen agar mereka tergerak untuk melakukan sesuatu seperti yang diinginkan oleh pengiklan. Dilihat dari aspek fungsi, pemakaian bahasa iklan merupakan fungsi *transaksional*.

Pemakaian bahasa iklan semakin berkembang sesuai dengan semakin banyaknya perusahaan barang/jasa yang ingin memasarkan produknya, disertai pula dengan semakin berkembangnya media massa, baik elektronik maupun cetak sebagai media pemasangan iklan. Di satu sisi merupakan kebanggaan bagi para pekerja bahasa yang kreatif, karena lapangan kerja bertambah melalui perusahaan-perusahaan iklan, di sisi lain perlu adanya pembinaan agar perkembangan iklan tidak merusak atau menghambat perkembangan bahasa. Namun demikian agar pembinaan pemakaian bahasa iklan tidak salah arah dan tidak mengorbankan kekhasan bahasa iklan, perlu dilakukan kajian secara cermat terlebih dahulu terhadap bahasa yang dipakai dalam berbagai iklan (Pranowo 1996: 1).

### **2.1.4.3.3 Fungsi Bahasa Iklan**

Pranowo (1996: 1) mengemukakan tentang fungsi bahasa iklan. Fungsi utama bahasa iklan adalah untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli barang/jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, pembuat iklan pasti akan berusaha



menggali potensi bahasa semaksimal mungkin agar dapat mencapai maksud tersebut.

Usaha penggalian potensi bahasa dimaksudkan untuk menemukan sub-fungsi bahasa yang secara langsung dapat dipakai untuk membujuk konsumen. Cara-cara inilah yang kadang-kadang, sengaja atau tidak, dapat melanggar kaidah bahasa dan kaidah komunikasi. Akibat pelanggaran tersebut, tidak jarang pula menimbulkan dampak lain diluar kebahasaan dan diluar jangkauan kesadaran pembuat iklan.

Teks papan nama usaha merupakan sarana informasi usaha dapat digolongkan dalam ragam resmi. Dengan demikian, karena termasuk ragam resmi, faktor pemakaian bahasa harus diperhatikan. Para penyusun TPNU haruslah memperhatikan kaidah yang berlaku, dalam hal ini harus sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Kaidah bahasa yang harus diperhatikan oleh penyusun TPNU setidak-tidaknya harus memperhatikan 2 hal, yaitu pola urutan kata dan diksi. Pola urutan kata yang lazim dipakai adalah pola urutan kata D-M, sedangkan kata yang dipilih haruslah kata yang baku.

### **2.1.5 Pola Urutan Kata**

Mengenai kaidah bahasa yang berkaitan dengan struktur atau pola urutan kata, Widagdho (1994: 1) memaparkan bahwa kata yang penting disebutkan atau dituliskan lebih dahulu, sesudah itu baru keterangannya atau kata yang diterangkan di depan kata yang menerangkan. Dengan istilah lain, bahasa Indonesia mengikuti hukum D-M (Diterangkan-Menerangkan).

Struktur TPNU berstruktur frasa. Urutan kata didalam konstruksi sebuah frasa di dalam bahasa Indonesia tunduk kepada hukum D-M. Hukum ini menandakan bahwa inti frase ditempatkan mendahului pewatas (*modifier*). Dalam bahasa Indonesia, pola urutan kata lazim disebut hukum D-M, (Alwi 50: 2000). Dalam tata bahasa yang umum dipakai di sekolah, satu-satunya konstruksi yang dibicarakan dengan panjang lebar ialah bangun yang mengikuti hukum D-M (Moeliono 1989: 17). Didalam bahasa Inggris, urutan inti dan pewatas merupakan hal kebalikan dari hal yang sama dalam bahasa Indonesia, yakni pewataslah (*modifier*) yang mendahului inti (Sihombing 1982: 68-69).

Dalam bahasa Indonesia, pola urutan kata lazim disebut hukum D-M, (Alwi 50: 2000). Dalam tata bahasa yang umum dipakai di sekolah, satu-satunya konstruksi yang dibicarakan dengan panjang lebar ialah bangun yang mengikuti hukum D-M (Moeliono 1989: 17).

### **2.1.6 Diksi**

Dalam kegiatan berbahasa, diksi atau pilihan kata merupakan aspek yang sangat penting karena pilihan kata yang tidak tepat selain dapat menyebabkan ketidakefektifan bahasa yang digunakan, juga dapat mengganggu kejelasan informasi yang disampaikan. Kecuali itu, kesalahpahaman informasi dan rusaknya situasi komunikasi juga tidak jarang disebabkan oleh penggunaan pilihan kata yang tidak tepat. Masalah pilihan kata hendaknya benar-benar diperhatikan oleh para pemakai bahasa agar bahasa yang digunakan menjadi efektif



dan mudah dipahami sebagaimana yang kita maksudkan (Mustakim 1994: 41-42).

Orang yang menyatakan pikiran atau gagasannya dengan bahasa, baik secara lisan maupun secara tertulis, biasanya menimbang-nimbang kata apa yang sebaiknya digunakan. Hasilnya tampak pada bahasa yang digunakan orang itu. Jika gagasan orang dapat dipahami dengan cepat dan tepat, dapat dikatakan pilihan kata orang itu baik. Pilihan kata juga dapat menimbulkan kesan tertentu tentang pemakainya, misalnya apakah orang itu suka berkelakar, memiliki tenggang rasa, atau bersikap ragu-ragu. Oleh karena itu, yang pertama-tama harus diperhatikan dalam pilihan kata adalah arti atau maknanya. Bentuk kata yang sama dapat mempunyai arti yang lain dalam konteks yang berbeda (Moeliono 2001: 3).

Diksi atau pilihan kata adalah upaya memilih kata untuk mendapatkan hasil akhir berupa kata tertentu (yang terpilih) untuk dipakai dalam suatu tuturan bahasa. Kegiatan memilih kata dilakukan apabila tersedia sejumlah kata serumpun yang artinya sama atau bermiripan. Dari senarai kata itu akan dipilih satu kata yang dianggap paling tepat untuk mengungkapkan suatu pengertian, baik sebagai kata (arti kata) maupun untuk membangun arti kalimat (Finoza 2001: 99).

Pemilihan kata bukanlah sekadar memilih kata mana yang tepat, tetapi kata mana yang cocok. Cocok dalam hal ini berarti tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang diakui oleh masyarakat pemakainya. Diksi dalam pengertian yang lebih fokus terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) 1997 halaman 23.

Sabariyanto (1992: 8) mengemukakan lima hal yang harus

diperhatikan dalam kaitannya dengan diksi. Lima hal yang harus diperhatikan dalam pilihan kata yaitu (1) ketepatan, (2) kebakuan, (3) keumuman, (4) kehematan, dan (5) kehalusan makna.

1) Ketepatan

Yang dimaksud dengan ketepatan pilihan kata adalah kesesuaian kata yang dipilih dengan ide yang disampaikan, dengan situasi pada saat berkomunikasi, dan dengan posisi pembicara pada saat berbicara.

2) Kebakuan

Kata-kata yang dipilih harus kata yang sudah baku, dalam hal ini kebakuan kata sesuai dengan standar baku bahasa Indonesia.

3) Keumuman

Syarat keumuman berkaitan dengan kelaziman bagi masyarakat pemakai bahasa.

4) Kehematan

Kehematan mempunyai pengertian yaitu untuk mencapai kejelasan informasi, tidak perlu memerlukan kata yang banyak, kata yang tidak perlu.

5) Kesantunan

Pada syarat kesantunan berhubungan dengan kata yang dipilih harus mempertimbangkan faktor kepatutan.



## **METODE PENELITIAN**

### **3.1 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas, (1) sumber kebahasaan dan (2) sumber bukan kebahasaan.

#### **3.1.1 Sumber Data Kebahasaan**

Sumber data kebahasaan dalam penelitian ini adalah papan-papan nama usaha (merk toko). Sumber kebahasaan merupakan sumber untuk deskripsi data tentang struktur atau pola urutan kata dan diksi yang ada dalam teks papan nama usaha di Magelang. Dari sumber tulis ini diharapkan dapat diperoleh bukti mengenai pola urutan kata, baik yang berpola urutan kata D-M maupun yang mengacu pada pola bahasa Inggris, yaitu urutan kata yang berpola M-D. Selain itu, dari sumber ini diharapkan memperoleh temuan tentang diksi.

#### **3.1.2 Sumber Data Bukan Kebahasaan**

Sumber data yang kedua dalam penelitian ini adalah sumber data bukan kebahasaan. Adapun yang dimaksud dengan sumber data bukan kebahasaan dalam penelitian ini adalah sumber yang menghasilkan data yang bukan berupa data kebahasaan/diluar kebahasaan. Sumber data bukan kebahasaan dalam penelitian ini adalah pengusaha. Pengusaha yang menjadi fokus penelitian terutama pe-

milik papan nama usaha yang papan namanya dijadikan sumber data kebahasaan. Sumber data bukan kebahasaan (pengusaha) dimaksudkan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai latar belakang atau alasan para pengusaha memilih diksi bahasa Indonesia maupun diksi asing. Dari sumber ini juga, diharapkan dapat mengungkapkan mengenai sikap bahasa pengusaha terhadap bahasa Indonesia.

### **3.2 Wujud Data**

Wujud data penelitian ini terdiri dari dua wujud data, yaitu wujud data yang bersumber dari data kebahasaan dan wujud data yang bersumber dari data bukan kebahasaan.

#### **3.2.1 Wujud Data dari Sumber Kebahasaan**

Data yang bersumber dari data kebahasaan, yaitu papan-papan nama usaha. Wujud data kebahasaan itu adalah kata-kata yang ada pada papan nama usaha. Papan nama usaha memuat kata-kata yang mengemukakan pola urutan kata dan berbagai diksi.

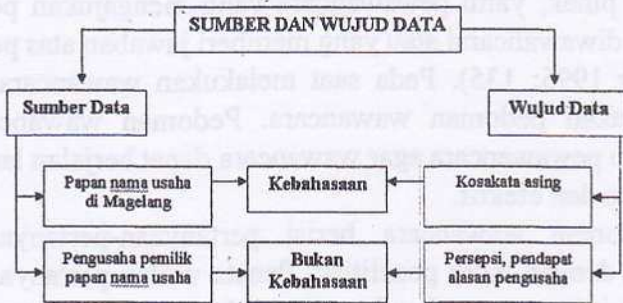
#### **3.2.2 Wujud Data dari Sumber Data Bukan Kebahasaan**

Wujud data yang bersumber dari data bukan kebahasaan adalah persepsi, pendapat, atau alasan pengusaha mengenai latar belakang pemakaian pola urutan kata dan diksi. Dari wujud data ini dapat diketahui tentang jenis pola urutan yang dipakai dalam TPNU. Bukti kedua yang diperoleh dari wujud data ini adalah dapat diketahuinya



berbagai diksi. Berbagai diksi yang dipakai dalam TPNU bisa diksi bahasa Indonesia, diksi bahasa Inggris, diksi bahasa Jawa, atau diksi yang lain.

Diagram 1  
Sumber Data dan Wujud Data



### 3.3 Teknik Penyediaan Data

Data sangat diperlukan dalam sebuah penelitian. Tanpa data, penelitian tidak mungkin dapat dilaksanakan. Data ada dalam suatu penelitian diperoleh melalui suatu proses. Proses untuk memperoleh data dinamakan proses penyediaan data atau proses pengambilan data. Agar data yang diperoleh akurat, sesuai dengan yang diinginkan, dalam penyediaan data diperlukan metode dan teknik yang tepat.

Metode penyediaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simak* dan metode *wawancara*. Metode *simak* dipakai untuk memperoleh data kebahasaan yang bersumber dari data

tulis (data kebahasaan). Dalam hal ini, peneliti melakukan kegiatan menyimak papan-papan nama yang ada di Magelang yang akan dijadikan data penelitian.

Untuk memperoleh data bukan kebahasaan atau dari sumber bukan kebahasaan, digunakan metode wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai atau yang memberi jawaban atas pertanyaan (Moleong 1995: 135). Pada saat melakukan wawancara, peneliti menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara akan membantu pewawancara agar wawancara dapat berjalan lancar terarah, efisien dan efektif.

Pedoman wawancara berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Penata urutan pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan bentuk cerobong. Pada tata urutan bentuk cerobong, pertanyaan dimulai dari segi yang umum mengarah kepada yang khusus. Setiap pertanyaan berikutnya berkaitan dengan yang sebelumnya dengan bentuk yang makin menyempit dan makin mengkhusus (Moleong 1995: 143).

Pertanyaan-pertanyaan wawancara diawali dari *kapan usahanya didirikan*. Pertanyaan ini untuk memperoleh informasi apakah usaha tersebut berdiri sebelum adanya pedoman pengindonesian papan nama atau sesudahnya. Pertanyaan berikutnya *apakah pengusaha memiliki pengetahuan tentang bahasa Indonesia*, terutama pengetahuan tentang kaidah bahasa Indonesia. Pertanyaan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai penguasaan kaidah bahasa Indonesia pengusaha, terutama tentang kosakata. *Apakah alasan,*



apakah yang melatarbelakangi pengusaha menyusun papan nama TPNU menggunakan kosakata tertentu, terutama kosakata asing, merupakan pertanyaan yang berikutnya. Dari pertanyaan inilah akan diperoleh fakta mengenai mengapa pengusaha TPNU-nya memakai kosakata asing, atau kosakata yang lainnya.

Macam teknik penyediaan data yang digunakan adalah teknik dasar dan teknik lanjutan. Sudaryanto (1993: 133) mengatakan bahwa dalam hal penyediaan data, pemakaian teknik dibedakan menjadi dua berdasarkan pada tahap pemakaiannya, yaitu teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasar hanya satu, sedangkan teknik lanjutan ada beberapa.

### 3.3.1 Teknik Dasar

Teknik dasar yang digunakan dalam penyediaan data terdiri dari teknik dasar *simak* dan teknik dasar *pancing*. Teknik dasar *simak* dipergunakan untuk mengambil data kebahasaan yang bersumber dari papan nama usaha. Pada tahap ini, peneliti melakukan penyisiran papan-papan nama usaha yang dapat dijadikan data penelitian. Peneliti harus mampu memilih dan membedakan papan nama yang sesuai dengan kaidah dan papan nama yang memiliki kosakata asing.

Pengambilan data bukan kebahasaan atau data yang bersumber dari pengusaha selaku narasumber penelitian, menggunakan teknik dasar *pancing*. Dengan teknik *pancing*, peneliti diharapkan mampu memancing narasumber agar mau melakukan komunikasi dengan peneliti. Tahap ini menuntut peneliti untuk menciptakan situ-

asi komunikasi yang kondusif. Dengan situasi yang kondusif, bisa membuat narasumber bersedia untuk diwawancarai. Apabila narasumber merasa komunikasi yang sedang berlangsung kondusif, jawaban yang diperoleh adalah jawaban yang sesungguhnya.

### 3.3.2 Teknik Lanjutan

Teknik lanjutan yang dipakai dalam pengambilan data meliputi teknik lanjutan *rekam*, teknik lanjutan *catat*, dan teknik lanjutan *cakap semuka*. Pemakaian teknik lanjutan untuk mengambil data kebahasaan dan data bukan kebahasaan tidak sama. Namun demikian, ada pemakaian teknik lanjutan yang sama.

Dalam pengambilan data kebahasaan atau data yang diambil dari sumber papan nama usaha, menggunakan teknik lanjutan sebagai berikut:

#### 1) Teknik lanjutan I: *rekam*

Pada tahap ini data sudah mulai diambil. Pengambilan data dengan teknik *rekam*. Karena data berupa tulisan atau kata-kata yang tertulis pada papan nama, direkam dengan camera foto. Data yang sudah diperoleh, dipilih untuk dijadikan data penelitian.

#### 2) Teknik lanjutan II: *catat*

Data yang sudah terekam dalam foto, kemudian dicatat dalam kartu data. Data yang sudah ada dalam kartu data siap dianalisis.



Komponen-komponen yang ada dalam kartu data terdiri dari beberapa hal. Komponen-komponennya adalah sebagai berikut:

a) Nomor data (ND)

Komponen pertama yang ada dalam kartu data adalah nomor data. Nomor data ini memberikan informasi banyaknya data dan urutan data.

b) Jenis usaha (JU)

Bagian ini merupakan bagian jenis usaha. Komponen jenis usaha memaparkan berbagai jenis usaha, misalnya penjualan (Pj), jual-beli (JB), penjualan dan jasa (PjJs), atau jasa (Js).

c) Bidang usaha (BU)

Komponen yang ketiga adalah komponen bidang usaha. Komponen bidang usaha merupakan penjabaran dari jenis usaha, dengan pengertian bahwa dari jenis usaha memiliki bidang-bidang usaha bermacam-macam.

Bagan 1  
Rancangan Kartu Data

- |         |                     |
|---------|---------------------|
| 1. KD   | : 1                 |
| 2. JU   | : Jasa              |
| 3. BU   | : Perbaikan         |
| 4. Kskt | : Indonesia-Inggris |
| 5. WD   | : Dion Service      |

Menerima Reparasi Kulkas, AC, Mesin Cuci, Dispenser, Water Heater, Kompor Gas, TV, Tape, VCD, dll.

6. MI : Usaha yang bernama Dion, melayani jasa perbaikan berbagai barang elektronik

Pengambilan data bukan kebahasaan atau data yang diambil dari nara sumber pengusaha menggunakan teknik lanjutan *cakap semuka* dan *catat*.

#### 1) Teknik lanjutan I: *cakap semuka*

Teknik cakap semuka ini, peneliti selaku pewawancara nara sumber, melakukan kegiatan wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung bersemuka. Pada tahap ini, pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan seperti yang tercantum dalam pedoman wawancara. Pada saat wawancara berlangsung, pewawancara harus menciptakan situasi yang komunikatif, tidak seperti wawancara. Hal ini memiliki maksud agar nara sumber tidak merasa kalau sedang diwawancarai, sehingga jawaban yang diperoleh adalah jawaban murni, bukan jawaban yang dibuat-buat.

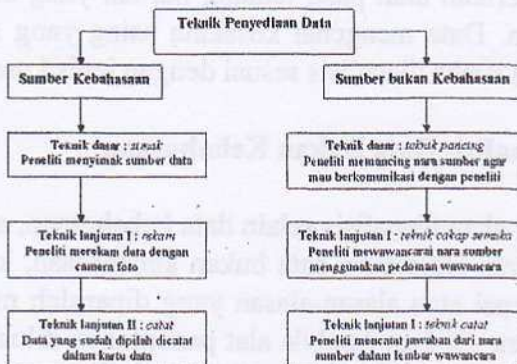
#### 2) Teknik lanjutan II: *catat*

Setelah kegiatan wawancara selesai dilakukan, jawaban-jawaban dari nara sumber yang sesuai dengan pertanyaan, dicatat dalam lembar wawancara. Pencatatan dilakukan secara langsung setelah



wawancara selesai. Pencatatan langsung ini dilakukan supaya jawaban yang diperoleh dapat langsung didokumentasikan dalam lembar wawancara. Jawaban-jawaban yang ada dalam lembar wawancara sudah siap untuk dianalisis.

Diagram 2  
Teknik Penyediaan Data



### 3.4 Teknik Analisis Data

Tahap analisis data merupakan tahap yang penting dan sentral. Tahap ini merupakan puncak dari segala tahap penelitian (Sudaryanto: 1993: 8). Data penelitian yang telah diperoleh, selanjutnya dianalisis. Penganalisisan data menggunakan metode dan teknik. Metode yang digunakan yaitu metode *normatif* dan metode *padan*. Bagi unsur langsung (BUL) dan pilah unsur penentu (PUP), merupakan teknik yang dipakai dalam analisis data. Teknik analisis data men-

cakupi teknik analisis data kebahasaan dan bukan kebahasaan.

### **3.4.1 Teknik Analisis Data Kebahasaan**

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik pilah. Menurut Sutopo (1996: 79), kerja pengaturan data dilakukan dengan memilah dan mengatur semua bahan ke dalam kelompok-kelompok, sehingga memberikan arah pasti tentang hal-hal yang akan ditulis dalam penelitian. Data mengenai kosakata asing yang ada dalam teks papan nama usaha dianalisis sesuai dengan jenis kosakatanya.

### **3.4.2 Teknik Analisis Data Bukan Kebahasaan**

Data yang akan dianalisis selain data kebahasaan, adalah data bukan kebahasaan. Dikatakan data bukan kebahasaan, karena data itu berupa persepsi atau alasan-alasan yang diperoleh melalui wawancara dari nara sumber. Apabila alat penentunya diluar, terlepas, dan tidak menjadi dari bagian bahasa (*language*) yang bersangkutan, metode yang digunakan adalah metode *padan* (Sudaryanto 1993: 13-15). Lebih lanjut Sudaryanto mengemukakan bahwa dalam metode *padan* masih dibagi menjadi lima sub jenis. Pembagian lima sub jenis tersebut didasarkan pada alat penentunya. Nama metodenya pun bergantung pada alat penentunya. Adapun macam sub jenis alat penentu dan nama metodenya dapat dilihat pada bagan berikut ini seperti yang dikemukakan Sudaryanto. Di bawah ini disajikan bagan mengenai sub jenis metode *padan* yang dikemukakan Sudaryanto.



## Bagan 2

### Sub Jenis Metode Padan

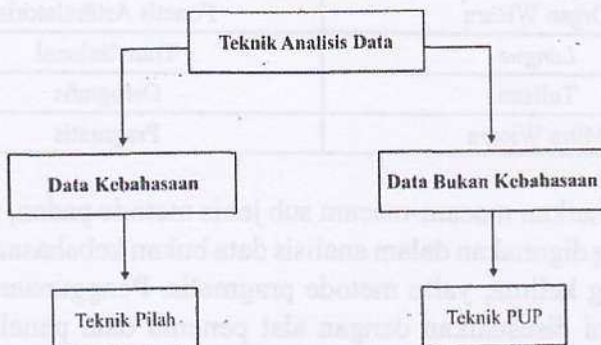
Alat Penentu	Nama Metode
Referen	Referensial
Organ Wicara	Fonetis Artikulatoris
<i>Langue</i>	Translasional
Tulisan	Ortografis
Mitra Wicara	Pragmatis

Berdasarkan macam-macam sub jenis metode padan, sub jenis metode yang digunakan dalam analisis data bukan kebahasaan adalah metode yang kelima, yaitu metode pragmatis. Penggunaan metode pragmatis ini disesuaikan dengan alat penentu data penelitian ini. Seperti yang telah dipaparkan di atas, alat penentu data bukan kebahasaan dalam penelitian ini adalah nara sumber. Nara sumber itulah yang merupakan mitra wicaranya. Nara sumber dalam hal ini adalah pengusaha, yaitu pengusaha yang memiliki papan nama usahanya dijadikan data penelitian.

Teknik analisis data bukan kebahasaan, menggunakan teknik analisis *pilah unsur penentu* atau teknik PUP. Pemilahan dengan teknik PUP ini bergantung pada kemampuan peneliti. Daya pilah yang dipakai dalam penelitian ini adalah *daya pilah pragmatis*. Penggunaan daya pilah pragmatis disesuaikan dengan alat penentu, penentunya adalah mitra wicara. Dengan daya pilah pragmatis ini, akan diperoleh berbagai informasi dari nara sumber. Informasi yang diperoleh peneliti, dipilih sesuai dengan topik penelitian. Hasil yang diperoleh atau kesesuaiannya bergantung pada kemampuan peneliti.

Untuk memperjelas bagaimana proses analisis data, berikut ini dipaparkan diagram mengenai metode dan teknik analisis data.

Diagram 3



#### **4. PEMBAHASAN**

##### **BAHASA ASING DALAM TEKS PAPAN NAMA USAHA**

Berdasarkan data penelitian yang telah dianalisis, peneliti telah memperoleh hasil penelitian. Temuan penelitian terdiri atas (1) macam-macam bahasa asing (2) faktor-faktor yang melatarbelakangi pengusaha memakai bahasa asing dalam teks papan nama usaha. Adapun pembahasan hasil penelitian dipaparkan sebagai berikut.

##### **a. Bahasa Asing dalam Teks Papan Nama Usaha di Magelang**

Hasil penelitian mengenai bahasa asing yang dipakai dan latar



belakang pemakaian bahasa asing dalam TPNU diuraikan di bawah ini. Pemakaian bahasa asing dalam TPNU dapat diketahui dari adanya kosakata yang dipakai dalam TPNU. Adapun kosakata-kosakata yang dipakai dalam TPNU adalah sebagai berikut.

#### 4.1.1 Kosakata TPNU di Magelang

Berdasarkan rekapitulasi data penelitian, jenis kosakata yang ada dalam TPNU di Magelang ada tiga macam kosakata. Tiga macam kosakata seperti yang terdapat pada penelitian adalah (1) kosakata bahasa Indonesia, (2) kosakata bahasa Inggris, dan (3) kosakata bahasa Jawa. Selain ketiga jenis kosakata seperti tersebut di atas, diperoleh satu kata yang diserap dari bahasa Inggris namun wujud serapannya belum baku.

Kata yang dimaksud adalah kata **BIUTI**. Kata **BIUTI** ini terdapat pada A.39-109, yaitu pada sebuah toko kacamata yang terletak di jalan pemuda kota Magelang. Sebenarnya wujud kata **BIUTI** merupakan dampak dari teguran yang dilakukan oleh pemerintah kota Magelang. Teks papan nama toko kacamata tersebut sebelumnya berkosakata asing. Keasingan lain TPNU tersebut pada pola urutan kata. Pola urutan kata yang dipakai adalah pola M-D, dan kosakata asing yang dipakai adalah kosakata bahasa Inggris yaitu kata *OPTIC* dan *BEAUTY*. Seperti terlihat pada data A.39-10, TPNU yang sekarang adalah **OPTIK BIUTI**. Sebelum berubah menjadi **OPTIK BIUTI** adalah **BEAUTY OPTIC**.

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, pengusaha memberikan penjelasan bahwa kata **BEAUTY** dapat men-

jadi kata baku bahasa Indonesia cukup dengan mengubah beberapa huruf saja. Adapun huruf yang diubah supaya dapat menjadi kosakata bahasa Indonesia adalah /ea/ dan /y/. Fonem /y/ pada akhir kata merupakan ciri dari kosakata bahasa Inggris.

Variasi kosakata yang terdapat dalam TPNU di Magelang ada 6 macam variasi. Keenam macam variasi kosakata TPNU yaitu (1) TPNU berkosakata bahasa Indonesia, (2) TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, (3) TPNU berdiaksi bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, (4) TPNU berdiaksi bahasa Jawa dan bahasa Inggris, dan (5) TPNU berkosakata bahasa Inggris, (6) TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan unsur serapan.

a. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia

Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia mengandung pengertian bahwa semua kosakata yang dipakai dalam TPNU adalah kosakata bahasa Indonesia. Kosakata-kosakata yang dipakai merupakan kosakata baku bahasa Indonesia.

b. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Pengertian TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris adalah kosakata yang ada dalam TPNU adalah kosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Teks papan nama usaha yang dimaksud terdiri atas 2 macam kosakata.

c. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Jawa

Pada variasi kosakata ketiga ini, kosakata yang terdapat pada TPNU selain menggunakan kosakata bahasa Indonesia juga menggunakan bahasa Jawa. Dalam teks jenis ini, bahasa Indone-



sia dan bahasa Jawa digunakan bersama-sama.

- d. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Jawa dan bahasa Inggris.

Berbeda dengan ketiga variasi kosakata di atas, variasi keempat merupakan wujud variasi yang benar-benar lain daripada yang lain. Dikatakan lain daripada yang lain karena pada TPNU menggunakan dua bahasa asing. Dua bahasa asing yang dipakai sekaligus adalah kosakata bahasa Jawa dan bahasa Inggris.

- e. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Inggris.

Ada variasi yang tidak kalah menariknya untuk dibicarakan. Berdasarkan data penelitian, ditemukan TPNU berkosakata bahasa Inggris. Yang dimaksud dengan TPNU berkosakata bahasa Inggris adalah kosakata yang ada dalam TPNU semuanya kosakata bahasa Inggris.

- f. Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia dan kosakata unsur serapan.

Teks papan nama usaha berkosakata bahasa Indonesia serapan memiliki maksud bahwa TPNU terdiri dari dua kosakata. Dua kosakata itu adalah (1) diksi bahasa Indonesia baku dan (2) kosakata serapan tetapi tidak/belum baku.

#### **4.1.1.1 TPNU Berkosakata Bahasa Indonesia**

Berdasarkan data yang telah dianalisis dari segi kosakata, data penelitian ini memberikan informasi mengenai jumlah teks papan nama berkosakata bahasa Indonesia. Adapun jumlah bidang usaha yang termasuk dalam kelompok TPNU berkosakata bahasa Indone-

sia sebanyak 23 bidang usaha. Sedangkan jumlah usahanya ada 51 usaha yang teksnya berkosakata bahasa Indonesia.

#### **4.1.1.2 TPNU Berkosakata Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris**

Rekapitulasi data penelitian memberikan informasi pula mengenai TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Bidang usaha yang termasuk dalam kategori TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sebanyak 29. Sedangkan 53 merupakan banyaknya usaha yang teksnya berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Tabel 28 berikut ini merupakan tabel yang mengemukakan bidang usaha dan usaha yang berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

#### **4.1.1.3 TPNU Berkosakata Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa**

Berdasarkan data yang telah dianalisis dari segi kosakata, data penelitian ini memberikan bukti adanya teks papan nama berdiaksi bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. Jumlah yang dapat ditunjukkan oleh data penelitian mengenai jumlah bidang usaha dan jumlah usaha, yaitu 2 bidang usaha dan 2 usaha. Data mengenai TPNU kosakata bahasa Indonesia dan bahasa Jawa dapat dilihat pada tabel 35 di bawah ini.



#### 4.1.1.4 TPNU Berkosakata Bahasa Inggris dan Bahasa Jawa

Dalam TPNU yang ada di Magelang, ternyata ada 2 TPNU yang menarik untuk disimak, yaitu adanya TPNU yang berkosakata bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Teks papan nama usaha tersebut menarik untuk disimak karena dua bahasa asing sekaligus dipakai dalam satu TPNU. Dua TPNU yang berkosakata bahasa Inggris dan bahasa Jawa terdapat pada data GG.30-92 dan GG.35-101. Wujud data yang dimaksud sebagai berikut:

a) *MANTEP BABY SHOP*

*Mantep Baby Shop* adalah sebuah toko pakaian yang menjual pakaian dan lebih khusus pakaian bayi. Teks papan nama usaha dibuat seperti itu, memakai dua bahasa asing sekaligus, karena pengusaha memiliki pengertian bahwa usahanya benar-benar sebuah usaha yang sudah mantap dalam penjualan pakaian bayi. Baby Shop tidak diartikan sebagai toko bayi, melainkan diartikan toko pakaian bayi. Pada saat wawancara, peneliti mengajukan pertanyaan seperti berikut, mengapa Saudara menggunakan dua bahasa asing dalam menyusun TPNU. Responden memberikan jawaban bahasa asing yang dipakai hanya bahasa Inggris. Sedangkan bahasa Mantep adalah bahasa kita. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian bahasa asing sebatas pada bahasa Inggris saja.

b) *ENG GAL FURNITURE*

Pemakaian bahasa asing, yaitu bahasa Inggris dan bahasa Jawa,

selain tersebut di atas adalah pada usaha penjualan perabotan rumah tangga. Pengusaha yang memiliki usaha ini memberikan informasi bahwa perabotan rumah tangga yang dijual adalah perabotan yang serba baru. Kata *enggal* berasal dari bahasa Jawa dan kata tersebut dalam bahasa Indonesia berarti *baru*. Pada responden/pengusaha pemilik toko *ENGGAL FURNITURE*, peneliti mengajukan pertanyaan yang sama dengan yang diajukan pada pengusaha *MANTEP BABY SHOP*. Jawaban yang diperoleh ternyata tidak sama dengan jawaban yang diberikan oleh responden di atas. Jawaban yang diperoleh ternyata tidak sama dengan jawaban yang diberikan oleh responden di atas. Jawaban yang diberikan oleh responden adalah, responden tidak memakai bahasa asing. Kedua kata yang dipakai adalah bahasa kita dan kata tersebut, baik *enggal* maupun *furniture*, sudah umum dipakai oleh masyarakat kita.

#### **4.1.1.5 TPNU Berkosakata Bahasa Inggris**

Data penelitian menunjukkan adanya TPNU berdiaksi bahasa Inggris. Teks PNU berkosakata bahasa Inggris terdapat pada usaha rumah makan. Teks pada data A.27-76 berdiaksi bahasa Inggris, yaitu *CENTRAL FAST FOOD*. Teks PNU tersebut terletak di kota Magelang. Alasan khusus menggunakan istilah asing karena lokasinya dekat dengan hotel berbintang 4, yaitu hotel Puri Asri.



#### **4.1.1.6 TPNU Berkosakata Bahasa Indonesia dan Kosakata Serapan.**

Temuan tentang kosakata bahasa Indonesia dan diksi serapan dalam TPNU terdapat pada data A.39-109. Wujud kosakata data tersebut adalah: *OPTIK BIUTI*.

*OPTIK* : bentuk kosakata bahasa Indonesia baku

*BIUTI* : bentuk serapan dari bahasa Inggris *BEAUTY*.

#### **4.1.2 Latar Belakang Penyusunan Kosakata dalam TPNU di Magelang**

Data penelitian yang telah dianalisis dari segi kosakata, memberikan bukti bahwa jenis kosakata yang dipakai dalam TPNU di Magelang ternyata sangat bervariasi. Selain kosakata bahasa Indonesia, kosakata bahasa daerah (Jawa) dan kosakata bahasa Inggris juga dipakai dalam menyusun TPNU. Berdasarkan data penelitian, dapat dikemukakan bahwa dari 110 data, TPNU yang mengandung kosakata asing sebanyak 59 TPNU. Dari ke-59 TPNU yang berkosakata asing dapat diurai seperti berikut, (1) TPNU berkosakata bahasa Inggris sebanyak 56, (2) TPNU berkosakata bahasa Jawa ada 2, dan (3) TPNU yang semuanya berbahasa Inggris ada 1. Apakah sebenarnya faktor-faktor yang melatarbelakangi pemakaian bahasa asing dalam TPNU? Berikut ini paparan mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi para pengusaha memasukkan/memakai diksi asing dalam TPNU-nya.

#### **4.1.2.1 Kosakata Bahasa Inggris dalam TPNU**

Seperti disebutkan di atas bahwa pemakaian kosakata bahasa Inggris dalam TPNU sangat marak. Pemakaian bahasa Inggris dalam dunia bisnis memberikan motivasi tertentu pada diri pengusaha. Berbagai alasan dikemukakan oleh para pelaku usaha dengan dipakainya bahasa Inggris. Semua alasan, motivasi yang dikemukakan oleh para pelaku usaha bertujuan untuk meningkatkan hasil usahanya.

Berbagai macam kosakata bahasa Inggris yang dipakai dalam TPNU dapat dilihat pada rekapitulasi data mengenai macam-macam diksi bahasa Inggris.

#### **4.1.2.2 Alasan yang Melatarbelakangi Pemakaian Kosakata Bahasa Inggris dalam TPNU**

Berikut ini dipaparkan mengenai alasan yang melatarbelakangi para pengusaha memasukkan kosakata bahasa Inggris dalam menyusun TPNU. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden, yaitu para pengusaha, ada 18 macam alasan pemakaian kosakata bahasa Inggris. Kedelapan belas macam alasan para pengusaha memakai atau memasukkan kosakata bahasa Inggris dalam TPNU-nya dapat diuraikan sebagai berikut.

- 1) Menarik perhatian pembaca/calon pembeli  
Pemakaian bahasa Inggris pada TPNU dapat menarik perhatian calon pembeli. Pengusaha berpendapat bahwa dalam suatu usaha, apabila ada sesuatu yang berbeda dengan yang lain, misal-



nya pemakaian bahasanya dalam TPNU, dapat membuat pembaca atau calon konsumen ingin mengetahui lebih lanjut tentang bidang usahanya.

2) Mudah diingat, dimengerti, dan dikenal

Pemakaian bahasa Inggris yang bahasanya dikenal singkat, memudahkan pembaca mengingat dan mudah dimengerti. Selain itu, pembaca atau konsumen diharapkan dapat mengenal lebih dekat tentang bidang usahanya, dengan harapan jika sudah mengenal akan menjadi pelanggan yang baik.

3) Lebih singkat/efisien

Pengusaha lebih yakin bahwa bahasa Inggris lebih singkat daripada bahasa Indonesia. Selain itu bahasa Inggris lebih efisien tempat jika dituliskan dalam TPNU. Karena singkat dan efisien, dapat menghemat biaya pembuatan TPNU.

4) Lebih enak dibaca

Teks TPNU yang memakai/memasukkan bahasa Inggris, dirasakan oleh pengusaha lebih enak dibaca. Responden mengatakan enak dibaca karena diksi bahasa Inggris tersebut singkat.

5) Trendi/gaul/populis

Alasan lain yang diperoleh peneliti berkaitan dengan pertanyaan wawancara no.4, yaitu dengan memakai bahasa Inggris, usaha memiliki kesan lebih trendi. Selain terkesan trendi, usaha yang digeluti tampak lebih gaul atau bisa mengikuti trend yang ada dan ngepop.

6) Sudah lazim digunakan

Faktor lain yang melatarbelakangi pengusaha memakai bahasa Inggris dalam menyusun TPNU yaitu bahasa Inggris sudah san-

gat lazim digunakan dalam TPNU. Dengan sudah lazimnya bahasa Inggris dipakai dalam TPNU, pengusaha tidak merasa ragu memakai bahasa Inggris dalam menyusun TPNU.

7) Lebih bonafid

Ada kalangan pengusaha yang berpendapat bahwa kebonafidan usaha ditunjukkan oleh pemakaian bahasa Inggris dalam TPNU. Bahasa Inggris dapat mengangkat bonafiditas usahanya. Dengan alasan bonafid tersebut, pengusaha dalam menyusun TPNU perlu memakai atau memasukkan bahasa Inggris.

8) Meningkatkan kepercayaan

Teks papan nama yang berbau asing, khususnya memakai bahasa Inggris, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat atau konsumen. Prediksi pengusaha konsumen lebih percaya pada usaha yang menginformasikan bidang usahanya menggunakan bahasa Inggris.

9) Lebih modern

Pemakaian bahasa Inggris dalam menginformasikan usahanya melalui TPNU memberikan kesan bahwa usaha tersebut merupakan usaha yang modern. Berbeda dengan TPNU yang memakai bahasa Indonesia, usaha tersebut terkesan biasa-biasa saja, bahkan ada kesan usaha tersebut agak *ndeso*.

10) Dapat dimengerti orang asing

Tujuan pemakaian bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, dapat membantu orang asing untuk mengetahui atau memahami jenis dan bidang usaha yang dilakukan oleh seorang pengusaha. Dengan alasan tersebut tidaklah sah jika dalam menyusun TPNU perlu memakai bahasa Inggris, sehingga jika ada orang



asing yang ingin membeli dagangannya atau memakai jasa usahanya tidak salah. Berkaitan dengan pernyataan *dapat dimengerti orang asing*, peneliti mengajukan pertanyaan, apakah selama ini sudah ada orang asing memanfaatkan jasa, membeli dagangan Saudara, atau datang ke tempat usaha? Jawaban yang diberikan responden yaitu belum pernah ada orang asing datang di tempat usahanya untuk memanfaatkan jasa, atau membeli jualannya.

11) Tidak rancu bila diterjemahkan

Alasan ke-11 ini merupakan jawaban responden yang memiliki pendapat bahwa apabila bahasa Inggris yang dipakai tersebut harus diubah ke dalam bahasa Indonesia, dikhawatirkan ubahannya menjadi rancu. Ubahan bisa tidak sesuai dengan yang ada dalam konsep pengusaha. Dalam kaitannya dengan latar belakang tersebut, pengusaha merasa lebih baik menggunakan bahasa Inggris.

12) Berkesan lebih profesional

Pemakaian kosakata bahasa Inggris dalam TPNU dapat memberikan kesan kepada pembaca, masyarakat, atau konsumen bahwa usahanya merupakan usaha yang profesional.

13) Yang dijual produk asing

Responden yang menjual barang yang diproduksi oleh orang asing, mengemukakan bahwa informasi yang disampaikan melalui TPNU lebih tepat jika menggunakan bahasa Inggris. Pemakaian kosakata bahasa Inggris tersebut bertujuan agar konsumen tidak salah memilih barang yang diinginkan. Pengusaha memiliki keyakinan bahwa konsumen lebih memilih produk asing daripada produk dalam negeri.

14) Merupakan bahasa universal

Pendapat pengusaha tentang bahasa Inggris merupakan bahasa yang sifatnya universal, dipakai oleh berbagai negara, maka pemakaian bahasa Inggris dalam TPNU dianggap bukan hal yang menyalahi aturan.

15) Menyongsong AFTA

Dalam rangka mempersiapkan era pasar bebas (AFTA), perlu kiranya TPNU memakai kosakata bahasa Inggris. Apabila TPNU sudah menggunakan kosakata bahasa Inggris, kapanpun dimulainya AFTA semua usaha sudah siap dengan informasi yang berbahasa Inggris, meskipun informasi baru sekadar pada TPNU. Menurut pengusaha, TPNU yang berkosakata bahasa Inggris atau memakai bahasa Inggris sudah merupakan salah satu bentuk persiapan AFTA.

16) Lebih intelek

Responden/pengusaha beranggapan bahwa pemakaian bahasa Inggris dalam TPNU menunjukkan bahwa pengusaha adalah seorang yang intelek. Pendapat ini ada kaitannya dengan usahanya, yaitu keintelekan pengusaha mencerminkan juga usahanya.

17) Tidak monoton

Pemakaian bahasa Inggris dalam TPNU, untuk memberikan variasi. Dengan demikian TPNU tidak kelihatan monoton, tetapi ada variasi dari segi bahasanya.

18) Lebih komersial

Teks PNU yang menggunakan kosakata bahasa Inggris memiliki nilai komersial yang tinggi dibanding dengan TPNU yang berbahasa Indonesia. Pengusaha beranggapan bahwa konsumen



lebih tertarik pada usaha yang menginformasikan usahanya memakai bahasa asing.

#### **4.1.2.3 Kosakata Bahasa Jawa dalam TPNU**

Bahasa asing lain yang dipakai dalam TPNU adalah bahasa daerah. Berdasarkan data penelitian, bahasa daerah yang dipakai dalam TPNU adalah bahasa Jawa. Pemakaian bahasa Jawa pada TPNU ada kaitannya dengan lokasi usaha dan etnis pengusahanya. Faktor etnis tidak mutlak sebagai alasan. Alasan yang menjadi fokus pemakaian bahasa Jawa adalah lokasi. Hal tersebut atau alasan tersebut dibuktikan oleh pengusaha beretnis Arab. Etnis Arab banyak yang berusaha dalam bidang penjualan perabotan rumah tangga/mebeler. Salah satu pengusaha ada yang memasukkan memasukkan bahasa Jawa dalam TPNU, yaitu kata *enggal*. Wujud data kosakata bahasa Jawa yang dipakai dalam TPNU sesuai dengan data penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) *eco*
- 2) *raos*
- 3) *mantep*
- 4) *enggal*

#### **4.1.2.4 Alasan yang Melatarbelakangi Pemakaian Kosakata Bahasa Jawa**

Ada alasan mendasar pengusaha memakai/memasukkan bahasa Jawa dalam TPNU-nya. Dari wawancara yang dilakukan peneliti,

jawaban yang diberikan oleh responden berkaitan dengan dipakainya atau dimasukkannya bahasa Jawa dalam TPNU, yaitu TPNU tersebut lain daripada yang lain. Pengusaha tersebut berpandangan bahwa, kalau pengusaha lain memasukkan bahasa Inggris sebagai daya tarik usahanya, pengusaha tersebut memilih bahasa Jawa sebagai daya tariknya. Dengan memasukkan bahasa Jawa dalam TPNU, karena konsumennya kebanyakan orang Jawa. Selain itu, pengusaha memiliki harapan pembaca atau calon pelanggan tertarik, mudah mengingat nama usaha tersebut.

#### **4.1.2.5 Kosakata Bahasa Jawa dan Bahasa Inggris dalam TPNU**

Pemakaian bahasa asing dalam TPNU ternyata tidak cukup memakai satu macam bahasa asing. Kebervariasian diksi asing dalam TPNU terjawab dengan data yang menunjukkan 2 diksi asing dipakai dalam TPNU. Kedua diksi asing yang dimaksud adalah diksi bahasa Jawa dan diksi bahasa Inggris. Berdasarkan data penelitian, TPNU yang memakai diksi bahasa Jawa dan bahasa Inggris adalah data A. 30-92 dan A. 35-92. Kedua data tersebut berjenis usaha penjualan, namun usahanya berbeda. Pada data A.30-92 berusaha dalam bidang penjualan pakaian bayi, adapun wujud TPNU-nya adalah *MANTEP BABY SHOP. ENGGAL FURNITURE*, merupakan wujud data A.35-102. Teks PNU tersebut menunjukkan bidang usahanya adalah penjualan perabotan rumah tangga.



#### **4.1.2.6 Alasan yang Melatarbelakangi Pemakaian Kosakata Bahasa Jawa dan Bahasa Inggris dalam TPNU**

Secara umum, faktor-faktor atau alasan yang diberikan oleh pengusaha mengenai dipakainya kosakata asing, dalam hal ini kosakata bahasa Jawa dan bahasa Inggris, sama dengan alasan yang terurai pada 4.5.3.5. Perbedaan utama hanya pada ketegasan maksud. Maksud pemakaian dua kosakata asing sekaligus dalam TPNU hanya untuk mempertegas daya tarik. Pengusaha berprediksi bahwa dengan memakai dua diksi asing sekaligus, memberikan daya tarik yang lebih kuat. Pemakaian dua diksi asing tersebut sekaligus benar-benar TPNU yang lain daripada yang lain.

### **5. SIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis data penelitian, jenis bahasa yang dipakai dalam TPNU ada 3 macam, yaitu bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Dengan demikian jenis bahasa asing yang ada dalam TPNU di Magelang ada 2 macam, yaitu bahasa Inggris dan bahasa Jawa. Adapun simpulan mengenai bahasa yang ada dalam TPNU di Magelang, termasuk didalamnya bahasa asing, dan latar belakang pemakaian adalah sebagai berikut.

Kosakata yang dipakai dalam TPNU di Magelang ada 3 macam kosakata, yaitu kosakata bahasa Indonesia, kosakata bahasa Inggris, dan kosakata bahasa Jawa. Dari 3 macam kosakata tersebut meng-

hasilkan 6 macam variasi kosakata dalam susunan TPNU. Kelima macam variasi yang dimaksud ialah (1) TPNU berkosakata bahasa Indonesia, (2) TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, (3) TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan bahasa Jawa, (4) TPNU berkosakata bahasa Jawa dan bahasa Inggris, (5) TPNU berkosakata bahasa Inggris, dan (6) TPNU berkosakata bahasa Indonesia dan unsur serapan.

Alasan yang melatarbelakangi pengusaha dalam hal kosakata, sangat bervariasi. Jawaban responden (pengusaha) mengenai latar belakang pemakaian kosakata, khususnya kosakata asing, ada 18 macam alasan. Kedelapanbelas macam alasan para pengusaha memakai atau memasukkan kosakata asing dalam TPNU ialah (1) menarik perhatian pembaca, (2) mudah diingat, dimengerti, dan dikenal, (3) lebih singkat/efisien, (4) lebih enak dibaca, (5) trendi, gaul, populis, (6) sudah lazim digunakan, (7) lebih bonafid, (8) meningkatkan kepercayaan, (9) lebih modern, (10) dapat dimengerti orang asing, (11) merupakan bahasa universal, (12) menyongsong AFTA, (13) lebih Intelek, (14) tidak monoton, dan (15) lebih komersial.

## **5.2 .Saran**

Melihat kenyataan di lapangan bahwa TPNU di Magelang, baik pola urutan kata maupun kosakata, banyak tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Berdasarkan kenyataan tersebut, penulis memberikan saran dan masukan kepada berbagai pihak yang terkait dengan TPNU. Penulis memberikan saran kepada (1) pemerintah, (2) pengusaha, (3) calon pengusaha untuk ikut serta mewujudkan



- Alwi, Hasan. 2000. *Bahasa Indonesia Pemakai dan Pemakaiannya*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Alwi, Hasan, et.al. 2000. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Andersson, Edmund A. 1974. *Language Attitudes, Bliefes, and Values: A Study in Linguistic Cognitive Frameworks*. Washington D.C.: Georgetown University Graduate School.
- Anwar, Khairil. 1995. *Beberapa Aspek Sosio-Kultural Masalah Bahasa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arifin, E. Zaenal, dan Farid Hadi. 1993. *1001 Kesalahan Berbahasa Bahan Penyuluhan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Arifin, E. Zaenal, dan S. Arman Tasai. 1995. *Cermat Berbahasa Indonesia*. Jakarta: Akademika Pressindo.
- Badudu, J.S. 1989. *Inilah Bahasa Indonesia yang Benar I*. Jakarta: PT Gramedia.
- Chaer, Abdul. 2002. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul, dan Leonie Agustina. 1995. *Sosio Linguistik Perkena-*

lan Awal. Jakarta: Rineka Cipta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1995. *Pedoman Pengindonesiaan Papan Nama dan Kata Asing*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

\_\_\_\_\_. 2001. *Pedoman Umum Pembentukan Istilah*. Jakarta: Balai Pustaka.

Finoza, Lamuddin. 2001. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.

Halim, Nasim. 1997. *Inilah Berbahasa Inggris yang Benar, Seputar Tata Bahasa Inggris*. Jakarta: Puspa Swara.

Hoed, Benny H. 2000. "Kedudukan Bahasa Indonesia dan Tantangannya Abad yang Akan Datang". *Jurnal Ilmiah Masyarakat : Linguistik Indonesia*, Tahun 18, Nomor 1.

Holmés, Janet. 1992. *An Introduction to Sociolinguistics*. New York: Longman.

Keraf, Gorys. 2001. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, Harimurti. 1982. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Ende Flores: Nusa Indah.



- Latief, A. 2001. *Ejaan Bahan Penyuluhan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Marcelino. 1991. *Kata Pinjaman Bahasa Barat di Bahasa Indonesia: Suatu Telaah Antar Disiplin*. Makalah disajikan dalam Pertemuan Ilmiah yang diselenggarakan oleh Masyarakat Linguistik Indonesia (MLI), Semarang, 7-12 Juli.
- Marwoto, Suyatmi, dan Suyitno. 1985. *Komposisi Praktis*. Yogyakarta: PT Hanindita Offset.
- Moeliono, Anton M. 1989. *Kembara Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Bentuk dan Pilihan Kata Bahan Penyuluhan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Tata Istilah Bahan Penyuluhan Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Moleong, Lexy J. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munysi, Alif Danya. 1996. *9 dari 10 Kata Bahasa Indonesia adalah Bahasa Asing*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Mustakim. 1994. *Membina Kemampuan Berbahasa: Panduan ke*

*Arah Kemahiran Berbahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

1996. *Tanya Jawab Ejaan Bahasa Indonesia untuk Umum*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Nababan, P.W.J. 1984. *SosioLinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Gramedia.

Prawiroharjo, Ismoyo. 1991. *Bahasa Indonesiaku Mendapat Tantangan*. Makalah disajikan dalam Pertemuan Ilmiah yang diselenggarakan oleh Masyarakat Linguistik Indonesia (MLI), Semarang, 7-12 Juli.

Rahardi, R. Kunjana. 2001. *Sosiolinguistik Kode dan Alih Kode*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Ramlan, M., et al. 1997. *Bahasa Indonesia yang Salah dan yang Benar*. Yogyakarta: Andi Offset.

Razak, Abdul. 1985. *Kalimat Efektif Struktur, Gaya, dan Variasi*. Jakarta: PT Gramedia.

Rokhman, Fathur. 1996. *Sikap Integratif dan Instrumental Santri terhadap Bahasa Indonesia: Kajian Sosiolinguistik di Sebuah Pesantren*. Makalah disajikan dalam Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia XVIII Sedaerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah tanggal 9-10 Desember 1996.



- \_\_\_\_\_. 2001. *Sikap Bahasa Santri*. Semarang: Kelompok Studi Me-  
kar.
- Sabariyanto, Dirjo. 1988. *Bahasa Surat Dinas*. Yogyakarta: PT Mi-  
tra Gowa Widya.
- Safioedin, Asis. 1987. *Membina Bahasa Indonesia*. Bandung: Alum-  
ni.
- Samsuri. 1985. *Tata Kalimat Bahasa Indonesia*. Jakarta: Sastra Hu-  
daya.
- Singarimbun, Masri. 1984. *Metode Penelitian*. Jakarta: LP3ES.
- Soedjito. 1992. *Kosa Kata Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia  
Pustaka Utama.
- Soenardji. 1991. *Identifikasi Tantangan Sosio Kultural bagi Per-  
encanaan Pengajaran Bahasa Indonesia*. Makalah disajikan  
dalam pertemuan ilmiah yang diselenggarakan oleh Masyar-  
akat Linguistik Indonesia (MLI), Semarang, 7-12 Juli.
- Sudaryanto. 1990. *Fungsi Hakiki Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana  
University Press.
- \_\_\_\_\_. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta:  
Duta Wacana University Press.

- \_\_\_\_\_. 1993. *Predikat-Objek dalam Bahasa Indonesia Keselarasan Pola-Urutan*. Jakarta: Djambatan.
- \_\_\_\_\_. 1994. *Pemanfaatan Potensi Bahasa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sudjati. 1994. *Bahasa Indonesia: Peran, Tantangan, dan Hambatannya dalam PJP II*. Pidato Pengukuhan Guru Besar Madya dalam Ilmu Sastra Indonesia pada Fakultas Sastra Universitas Diponegoro pada tanggal 21 April 1994.
- Sugono, Dendy. 1994. *Berbahasa Indonesia dengan Benar*. Jakarta: Puspa Swara.
- Suhardi, Basuki, et al. 1995. *Teori dan Metode Sociolinguistik I*. Jakarta: Depdikbud.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Teori dan Metode Sociolinguistik II*. Jakarta: Depdikbud.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Teori dan Metode Sociolinguistik III*. Jakarta: Depdikbud.
- Suryabrata, Sumardi. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Radar Jaya Offset.



- Sutopo, H.B. 1956. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Suwito. 1983. *Pengantar Awal Sociolinguistik, Teori dan Problema*. Surakarta: Henary Offset.
- Wardhaugh, Ronald. 1998. *An Introduction to Sociolinguistics*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Wedhawati, et al. 1991. *Yang Penting Buat Anda para Pejabat, Eksekutif, Wartawan, dan Dosen*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Widagdho, Djoko. 1994. *Bahasa Indonesia Pengantar Kemahiran Berbahasa di Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yustanto, Henry. 1996. *Iklan Berbahasa Bahasa Asing sebagai Usaha Pemakaian Bahasa yang Baik dan Benar*. Makalah disampaikan pada Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia XVIII Sedaerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah, Yogyakarta, 9-10 Desember.